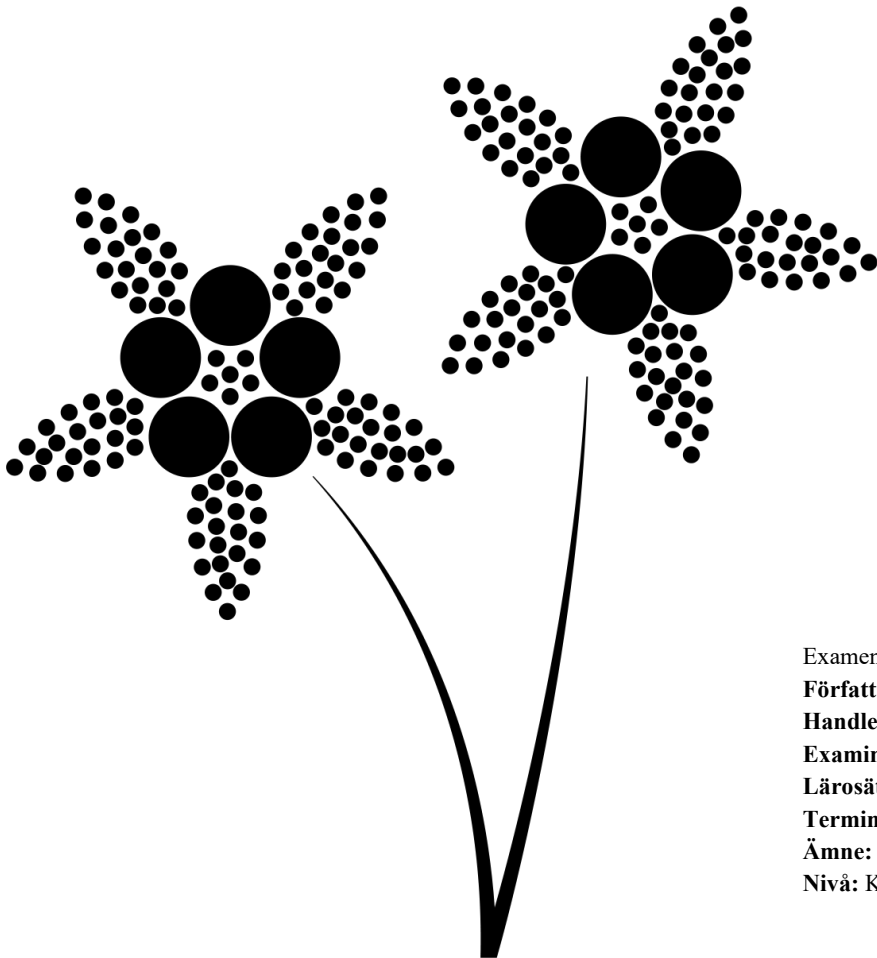


# Vem är populisterna?

En kvantitativ innehållsanalys av begreppet populism i svensk nyhetsjournalistik



Examensarbete

**Författare:** Isak Blinge & Rickard Lindgren

**Handledare:** Per Israelson

**Examinator:** Pernilla Jonsson Severson

**Lärosäte:** Linnéuniversitetet

**Termin:** Termin 5

**Ämne:** Journalistikvetenskap

**Nivå:** Kandidat

## Who is the populist?

### A quantitative content analysis of the concept of populism in Swedish journalism

### Vem är populisterna? En kvantitativ innehållsanalys av begreppet populism i svensk nyhetsjournalistik

## Abstract

This study examines how the concept of populism is used, contextualized, and framed in Swedish news journalism. Rather than analyzing populism as a political phenomenon or ideology in itself, the study focuses on the journalistic use of the term populism and its linguistic and contextual applications in news texts. The analysis is based on articles published in two major Swedish national newspapers, *Dagens Nyheter* and *Svenska Dagbladet*, during the period 2020–2024.

Using a quantitative content analysis, the study investigates in which journalistic text types the term populism appears, who uses the term, which actors are described as populist, and how populism is ideologically framed. The study also compares similarities and differences between the two newspapers in their use of the concept. The theoretical framework draws on theories of populism as a “thin-centered ideology,” as well as concepts of media logic, media populism, and framing theory, which together enable an analysis of populism as a journalistic and discursively constructed concept.

The results show that the term populism most frequently appears in news reporting and opinion-related texts and is predominantly used by journalists rather than quoted sources. Political actors constitute the largest group described as populist, with international politicians appearing more often than domestic ones. The concept is also more frequently associated with male actors, reflecting broader patterns of personalization and leadership focus in political journalism. Ideologically, populism is most commonly framed in relation to right-wing politics, although the term is also applied across a wider ideological spectrum, indicating a flexible and sometimes ambiguous use. While *Dagens Nyheter* and *Svenska Dagbladet* display largely similar patterns in their use of the concept, some differences are identified regarding who uses the term and how clearly it is ideologically anchored. Overall, the findings suggest that populism is often employed as a broad and loosely defined label rather than as a clearly specified analytical concept. This flexible use may contribute to simplified or reductive representations of political actors and issues, potentially influencing how readers understand contemporary politics. The study highlights the importance of critically examining journalistic language and contributes to a deeper understanding of how populist concepts are constructed and given meaning within news media.

## Nyckelord

Populism. Nyhetsjournalistik. Kvantitativ innehållsanalys. Dagens Nyheter. Svenska Dagbladet.

## Tack

Tack till vår handledare Per Israelson.

## Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Inledning</b>	<b>1</b>
1.1	Bakgrund	2
1.2	Problemformulering	3
<b>2</b>	<b>Teoretiskt ramverk</b>	<b>3</b>
2.1	Populism som ideologi	4
2.2	Medielogik och mediepopulism	5
2.3	Gestaltningsteorin	6
2.4	Sammanfattning av teoretiskt ramverk	7
<b>3</b>	<b>Tidigare forskning</b>	<b>8</b>
3.1	Populism i journalistiska texter	8
3.2	Populism i Norden	9
3.3	Populism i Sverige	11
3.4	Sammanfattning av tidigare forskning	12
<b>4</b>	<b>Syfte och frågeställningar</b>	<b>12</b>
4.1	Syfte	12
4.2	Frågeställningar	13
<b>5</b>	<b>Metod och material</b>	<b>13</b>
5.1	Kvantitativ innehållsanalys	13
5.2	Etik	14
5.2.1	Användning av artificiell intelligens	15
5.3	Material och urval	15
5.4	Genomförande	16
5.4.1	Variabler och kodschema	17
5.4.2	Kodning av variabler	18
5.4.3	Pilotstudie	19
5.5	Operationalisering	19
5.5.1	Analysenhet	20
5.6	Generaliserbarhet	20
5.7	Studiens validitet	21
5.8	Metodkritik	21
<b>6</b>	<b>Resultat och analys</b>	<b>23</b>
6.1	Översikt av studiens analysenheter och material	23
6.2	Texttyper där begreppet förekommer	24
6.2.1	Nyhetsartiklar och åsiktstexter	25
6.3	Vem använder begreppet	26
6.3.1	Primärt journalister	26
6.4	Vilka aktörer tillskrivs begreppet	27
6.4.1	Internationella politiska aktörer	29
6.5	Ideologisk inramning	29
6.5.1	Högerideologisk inramning	31
6.6	Jämförelse mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet	31
6.6.1	Politiska aktörer dominerar	32
6.6.2	Fler röster bakom begreppsanvändningen i SvD	32
6.6.3	Tydligare högerideologisk förankring i DN	33
6.6.4	Övergripande jämförelse mellan DN och SvD	34
<b>7</b>	<b>Diskussion och slutsats</b>	<b>35</b>
7.1	Inledande diskussion utifrån studiens syfte	35

7.2	RQ1 Kontextualisering av begreppet.....	35
7.2.1	a) Texttyper.....	35
7.2.2	b) Avsändare.....	36
7.3	RQ2 Gestaltningen av begreppet.....	37
7.3.1	a) Tillskrivna aktörer.....	37
7.3.2	b) Ideologisk inramning.....	38
7.4	RQ3 Skillnader och likheter mellan DN och SvD.....	39
7.5	Sammanställd slutsats.....	39
7.6	Reflektion och förslag på vidare forskning.....	40
<b>8</b>	<b>Referenslista .....</b>	<b>42</b>

## **Bilagor**

Bilaga 1: Kodmanual

Bilaga 2: Illustration av systematiskt urval i Dagens Nyheter

Bilaga 3: Illustration av systematiskt urval i Svenska Dagbladet

# 1 Inledning

Språkets funktion i samhället sträcker sig långt bortom att bara möjliggöra kommunikation. Ord bär på kulturella, sociala och värderingsmässiga betydelser som påverkar hur människor tolkar omvärlden och navigerar i det offentliga rummet. Som den schweiziske lingvisten Ferdinand de Saussure påpekade redan i början av 1900-talet, skapas språkliga betydelser i relationer mellan uttryck och föreställningar, snarare än i någon objektiv sanning. Ordens betydelser kan därmed alltid ses som situerade, det vill säga beroende av kulturella sammanhang, historiska processer och mottagarens tolkningsramar (de Saussure, 2011). Överförs detta språkliga perspektiv till journalistisk praktik blir det tydligt att ordval inte är en oskyldig detalj. Journalistik bygger på en kontinuerlig förmedling av en mängd språkliga val, där vissa begrepp återkommer oftare än andra. Även om varje enskilt ordval kan framstå som marginellt, kan den samlade och återkommande användningen av ett visst begrepp betraktas som ett mönster. Det är just sådana mönster som låter sig studeras vetenskapligt, i synnerhet när begreppen bär på starka politiska och värderingsmässiga konnotationer.

Mot denna inledning gällande språkets betydelse i journalistisk praktik kommer denna uppsats fokusera på ett särskilt begrepp som frekvent förekommer i svensk nyhetsrapportering: *populism*. Ett fenomen som de senaste decennierna fått ett allt större genomslag i både offentlig debatt och inom nyhetsrapportering (Mudde, 2004). Nyare studier inom journalistikforskningen visar att populism inte enbart är ett politiskt fenomen, utan även ett medialt konstruerat begrepp vars innebörd formas genom journalistisk representation. Berti, Capdevila och Moragas-Fernandez (2023) visar exempelvis hur populism i spansk och italiensk dagspress pendlar mellan att framställas som ett tomt och ottydligt begrepp och som ett tydligt partipolitiskt laddat uttryck. Deras resultat pekar på att populism ofta används utan tydlig definition, samtidigt som begreppet tillskrivs starka normativa betydelser beroende på politisk kontext. Mer global forskning visar även att medier världen över inte enbart rapporterar *om* populism utan även bidrar till att *reproducera* och *normalisera* populistiska uttryck genom journalistisk gestaltning (Bobba et al., 2024). Detta understryker därmed vikten av att empiriskt undersöka hur populism används i nyhetsmedier, snarare än att enbart fokusera på populism som ideologi eller politisk strategi.

Denna uppsats kommer därför undersöka specifikt hur själva begreppet används i journalistiska texter. Genom att studera frekvensfördelningar och i vilka kontexter populismbegreppet förekommer, blir det möjligt att åskådliggöra mönster i journalistisk begreppsanvändning och därigenom belysa hur olika aktörer och skeenden ges mening i medierna. Trots ett alltmer växande internationellt forskningsfält kring populism i medier finns det fortfarande begränsad empirisk kunskap om hur begreppet populism används i en svensk mediekontext. Tidigare studier har ofta fokuserat på populism i politiska debatter, kring enskilda partier eller internationella jämförelser, men inte gällande svenska nyhetsmediers egen begreppsanvändning. Detta utgör en tydlig kunskapslucka. Föreliggande uppsats avser att bidra till att fylla denna lucka genom en kvantitativ innehållsanalys av hur begreppet populism används i *Dagens Nyheter* och *Svenska Dagbladet* under perioden 2020–2024. Denna tidsperiod har valts eftersom den omfattar flera politiskt och samhällsrelaterade betydelsefulla händelser, såsom riksdagsvalet 2022 samt två presidentval i USA (2020 och 2024). Perioden präglas därmed av ett intensivt politiskt nyhetsflöde där frågor om populism, demokrati och politiskt ledarskap återkommande aktualiseras i journalistiska sammanhang. Eftersom analysen sträcker sig över flera år

möjliggörs dessutom en mer stabil och jämförbar kartläggning av återkommande mönster i begreppsanvändningen, snarare än tillfälliga variationer kopplade till enskilda händelser. Genom att fokusera på två rikstäckande och inflytelserika dagstidningar skapas goda förutsättningar för en systematisk analys av hur populism kan kontextualiseras inom svensk nyhetsjournalistik. På så sätt kan studien bidra med empiriskt grundad kunskap om journalistikens roll i att forma förståelsen av populism i det offentliga samtalet, samtidigt som analysen tydligt avgränsas till dessa två tidningar och den angivna tidsperioden.

## 1.1 Bakgrund

Populism är ett omstritt och mångfacetterat begrepp, vars innebörd varierar beroende på teoretisk utgångspunkt och analytiskt sammanhang (Andersson, 2009; Mudde & Kaltwasser, 2017). Å ena sidan beskrivs populism som ett hot mot den liberala demokratin, å andra sidan som ett uttryck för folkligt missnöje och engagemang. Populism ses ofta som en icke komplett ideologi, där den grundliga tankekonstruktionen baseras på en ställning mellan hederligt ”folk” mot en illa omtyckt ”elit” (Andersson, 2009; Mudde & Kaltwasser, 2017). Själva ordet *populism* förekommer inte heller sällan med diverse förstavelser och ändelser, såsom *högerpopulism* eller *populistpartier*, vilket oftast bidrar till att åtminstone placera begreppet i en tydligare kontext. Sammanlagt blir det därmed nödvändigt att först ge en kortare bakgrund till begreppets språkliga innehåll, så att förståelsen av ordets olika betydelser tydligare kan klarläggas. En första ingång är därför att utgå från ordets språkliga och lexikala betydelse. Enligt svensk ordbok utgiven av Svenska Akademien (2021) definieras *populism* som ”ofta nedsättande politisk riktning som säger sig i särskilt hög grad företräda (små)folkets intressen gentemot eliten och ofta kanaliserar folkligt missnöje med t.ex. skattepolitiken”. Denna definition betonar tre relevanta aspekter: dels *ofta nedsättande* för en politisk riktning, dels *företräda (små)folkets intressen gentemot eliten*, samt att man *ofta kanaliserar folkligt missnöje*. I enlighet med denna definition förutsätter man att begreppet allt som oftast används nedsättande, det vill säga som en negativ språklig markör. Men formuleringen ”oftast” antyder samtidigt att begreppet i sig nödvändigtvis inte alltid behöver syfta till något negativt. Även i Svenska Akademiens ordlista (SAOL) beskrivs populism på ett liknande vis, men mer kortfattat, där ges ordet innebörden: ”en rörelse som bygger på utbredd politisk missnöjesopinion” (Svenska Akademien, 2015). Enligt denna definition framträder det dock inte som att begreppet *oftast* används *nedsättande*. Kollar man på vanligt förekommande synonymer är populism exempelvis förknippat med sådant som *folkfrieri*, vilket menas: ”att genom politiska försök vinna stöd genom att spela på folkliga känslor eller missnöje” (Svenska Akademien, u.å.). Nationalencyklopedin beskriver även populismen som närliggande *opportunisten* och *anti-etablissemangshållningar*, där politiska aktörer framställer sig som försvarare av ”folket” i motsats till en påstådd elit (Nationalencyklopedin, u.å.). I vardagligt språkbruk åsyftar i regel populism på en politisk strategi som förklarar något samhällsfenomen förenklat, känslostyrt eller opportunistiskt (Andersson, 2010; Nationalencyklopedin, u.å.; Svenska Akademien, u.å.). Utifrån denna semantiska och språkligt definierande bakgrund, blir det tydligt att ordet i sig redan bär på flera värderingar och sammantaget kan man parallellt förstå varför begreppet tenderar att framstå som en aning mångtydigt. Med andra ord innebär detta att avsändaren behåller en viss makt att kontextualisera begreppet för att mottagaren ska förstå det språkliga syftet.

Begrepp som förekommer i kontexter med starka negativa associationer kan bidra till att skapa misstro och distans mot det som beskrivs, medan en mer neutral eller positiv association kan istället bidra till att normalisera och legitimera samma aktör (Krämer, 2014; Mazzoleni, 2008). I ett modernt och digitaliserat medielandskap där konflikter ofta lyfts fram och politiska motsättningar gärna dramatiseras (Nygren et al., 2019), riskerar användningen av begrepp såsom *populism* eller *populister* att i sig förstärka en känsla av polarisering. Om ett utmärkande ord eller term används för att beskriva ett parti, en

politikers agerande eller en politisk konflikt, laddas det ofta med föreställningar som kan påverka hur aktören i fråga förstås (Mudde & Kaltwasser, 2017; Andersson, 2009). Mot denna bakgrund blir det därför fundamentalt att förstå på vilket sätt återkommande ord och begrepp kontextualiseras och gestaltas inom journalistiken. Det blir således också lätt att förstå den oerhört viktiga roll som journalistikens språkbruk betyder för hur olika händelser, politiska idéer, företrädare eller rörelser uppfattas av allmänheten. Till exempel visar forskning att särskilt under valrörelser och större politiska skeenden skruvas konfliktnivån upp, retoriken blir då skarpare, vilket leder till att användningen av ideologiskt och politiskt laddade uttryck förekommer allt oftare (Strömbäck, 2009; Aalberg, Strömbäck & de Vreese, 2012). Men paradoxalt är journalistikens språk kopplat till ett medielandskap där algoritmer, konflikter, klick-logik och känslomässigt laddade uttryck snarare premieras än tvärtom (Nygren et al., 2019; Strömbäck, 2009).

## 1.2 Problemformulering

Dagens debattklimat kännetecknas delvis av en ökad polarisering, misstro mot etablerade institutioner och ett större medialt genomslag för aktörer som utmanar traditionella strukturer. I detta klimat fungerar populism som ett språkligt verktyg som både journalistiken och politiska aktörer använder för att positionera, kritisera eller legitimera olika perspektiv (Andersson, 2009; Mudde & Kaltwasser, 2017; Nygren et al., 2019). Journalistiken verkar i en praktisk verklighet där texter ska produceras under tidspress och med utgångspunkt i vad som anses nyhetsmässigt. Samtidigt deltar varje journalistisk text i att reproducera de språkliga ramarna genom vilka publiken tolkar politik, samhällsfrågor och politiska aktörer. Detta innebär att vissa begrepp får en särskild betydelse just genom sin återkommande användning, genom de sammanhang de förekommer i och genom vilka aktörer de kopplas till. Trots detta saknas det fortfarande empirisk kunskap om huruvida svensk dagspress använder begreppet populism selektivt. Det är därmed oklart om begreppsanvändningen kännetecknas av stabila och återkommande mönster, exempelvis kopplat till vissa aktörer, ideologiska positioner eller sammanhang, eller om användningen varierar mer situationsbundet mellan olika typer av nyhetshändelser.

Mot denna problembakgrund tar föreliggande uppsats fasta på språkets betydelse i journalistisk praktik, med särskilt fokus på hur begreppet populism används och kontextualiseras i svensk nyhetsjournalistik. Genom att analysera populismbegreppet i två tongivande svenska dagstidningar, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet, syftar studien till att empiriskt kartlägga journalistikens egen begreppsanvändning. Uppsatsen avgränsas till den explicita användningen av begreppet populism i journalistiska texter, snarare än till populistiska uttryck i sak. Denna avgränsning möjliggör en systematisk analys av hur journalistiska val kan bidra till att forma förståelsen av politiska aktörer och skeenden.

## 2 Teoretiskt ramverk

Detta kapitel redogör för de teoretiska perspektiv som ligger till grund för studiens analys av begreppet populism i journalistisk praktik. Syftet är inte att fastställa en entydig definition av populism, utan att synliggöra hur populism har förstås, problematiserats och använts inom tidigare forskning och relevanta teoribildningar. Kapitlet inleds med en genomgång av populism som ideologi, följt av teorier om medielogik, mediopopulism och journalistisk gestaltning. Dessa perspektiv används senare som analytiska verktyg för att tolka förekomsten och fördelningen av populismbegreppet inom svensk nyhetsjournalistik.

Tillsammans utgör teorierna ett ramverk som möjliggör en analys av populism inte bara som ett givet politiskt fenomen, utan även som ett språkligt och journalistiskt konstruerat begrepp.

## 2.1 Populism som ideologi

Diskussionen om vad populism egentligen innebär och vilken ideologisk bas värderingarna vilar på, sammanfaller med frågor om huruvida begreppet alls låter sig definieras på ett sätt som är användbart i vetenskapliga sammanhang. Ursprungligen handlar begreppet om relationen mellan "folket" (lat. *populus*) och "eliten". Populism har genom åren skildrats på många olika sätt och även om populism som term inte är en ny företeelse, har begreppet fått ett större genomslag inom en rad forskningsområden under senare decennier. Mudde och Kaltwasser (2017) beskriver populism bland annat som en kommunikativ stil, som ett medel för att mobilisera människor, som en särskild och genomtänkt strategi, som ett politiskt läger för grupper som faller utanför etablerade kategorier och inte minst som en ideologi. Likväl framhåller Mudde och Kaltwasser (2017) att populism kan definieras på många olika sätt, vilket har gjort det svårt att använda begreppet på ett tydligt och konsekvent sätt inom forskningen. Men just att definitionen varit så mångfacetterad har emellertid lett till att mer stabila definitioner numera vuxit fram. Detta har således varit tillgodo för att kunna möjliggöra och analysera empiriska undersökningar om populism i stort. Populism tenderar även att framställas som ett fenomen som utspelar sig utanför den inhemska mediesfären, där begreppet och dess ideologiska innebörd ofta exemplifieras genom internationella politiska ledare och partier. Detta bidrar till att försvåra en mer precis förståelse av vad populism faktiskt innebär, då begreppet ofta belyser något som utspelar sig utanför det nationella sammanhanget och därmed placeras begreppet bort från den egna politiska kontexten (Mudde & Kaltwasser, 2017). I vilket fall som helst bör populism enligt författarna förstås som en egen ideologi, vilket även har visat sig fungera väl i flera empiriska studier. De förklarar att genom en ideologisk ansats kan man lättare hitta de gemensamma grunddragen i olika populistiska uttryck och sedan utesluta sådant som inte är populistiskt. Populismens ideologiska kärna innebär enligt deras beskrivning att samhället delas upp i två motsatta grupper: "det rena folket" och "den korrupta eliten". Politiken ska, utifrån denna syn, i grunden uttrycka folkets gemensamma vilja. Samtidigt är det inte oproblemiskt att beskriva populism som en ideologi. För Mudde och Kaltwasser (2017) menar också att populismens ideologiska definition inte kan jämföras med mer omfattande ideologier som liberalism eller socialism. Den saknar flera ideologiska komponenter och bör därför förstås som en så kallad "tunn ideologi", det vill säga en ideologi med begränsat innehåll. Denna begränsning innebär att populismen blir beroende av andra ideologier för att fylla ut det som saknas, vilket i sin tur förklarar varför populismen kan ta sig uttryck längs hela vänster-höger-skalan.

March (2017) för ett liknande resonemang och framhåller att mer kompletta ideologier alltid väger tyngre än själva populismen i sig. Han menar till exempel att vänsterpopulism ofta återfinns inom den radikala vänstern, men där präglas populismen även kring en strävan för att skapa och upprätthålla jämlikhet. Medan till höger på den politiska skalan tenderar populism att uppvisa en mer uttalad antielitism, vilket gör populismen som ideologi mer tydlig och framstående. Samtidigt betonar March (2017) att oppositionen mot eliten är ett gemensamt grunddrag mellan populism till både höger och vänster.

I denna uppsats kommer teori gällande populism som ideologi, i enlighet med Mudde och Kaltwasser (2017) samt March (2017), användas som en teoretisk utgångspunkt för att förstå varför begreppet populism ges ideologisk innebörd i journalistiska texter. Utgångspunkten i förståelsen av populism som en "tunn ideologi", som behöver fyllas med mer omfattande ideologiska idéer för att få konkret innehåll, ligger till grund för en av studiens analysvariabel vilket kommer undersöka om populism i journalistiken främst

associeras med höger- eller vänsterorienterade positioner, eller förekommer utan tydlig ideologisk tillhörighet. Detta teoretiska perspektiv används därmed för att vägleda analysen av studiens empiriska material och för att möjliggöra en mer nyanserad tolkning av resultaten, genom att tydliggöra hur populism kan ges olika ideologiska betydelser beroende på sammanhang och aktörer i journalistisk praktik.

## 2.2 Medielogik och mediepopulism

Mediernas sätt att berätta och rapportera om populism formas dels genom det man kallar: medielogik. Eller snarare den rådande medielogiken. Andersson (2010) beskriver medielogiken som en *kulturellt igenkännbar logik*, vilket innebär att journalistikens sätt att berätta inte bara styrs av praktiska rutiner utan också av en samhällelig "förståelseram" som både journalister och publik tolkar världen genom. Teorier om medielogik och populism har även visat att relationen mellan medier, folket och populismen är delvis ömsesidig. Journalistiken skildrar populismen, men kan också själva bidra till att sprida och förstärka populistiska uttryck. Andersson (2010) beskriver vidare att den kulturella igenkännbara logiken skapas genom redan etablerade berättarstrukturer, genom mediernas inlärd arbetsätt och normer om vad som anses vara "intressant", "viktigt" eller "nyhetsmässigt". Eftersom både avsändare och mottagare (journalister och publik) oftast delar samma kulturella referenser blir den bakomliggande medielogiken i enlighet med den då rådande kulturella *preferensen*. Exempelvis om en kultur tenderar att skapa konflikter som har tydliga motparter och som innehåller snabba förenklade budskap, kan populistiska sätt att beskriva verkligheten lätt få fotfäste. Det vill säga, inom en sådan kulturellt förankrad dramaturgi, överensstämmer motsättningen mellan "folket" och "eliten" med medielogikens preferens för tydliga och lättförståeliga berättelser (Andersson, 2010). Författaren betonar också att medielogiken tenderar att gestalta populismen genom personifiering och tydliga individer, där fokus riktas mot enskilda politiska ledare snarare än mot strukturella förhållanden. Andersson (2010) menar att denna journalistiska logik, i kombination med att politiskt ledarskap historiskt sett varit mansdominerat, bidrar till att manliga aktörer ges en särskilt framträdande roll i mediala framställningar av populism. Vidare understryker han att journalistikens egna kulturella prioriteringar förenat med medielogikens dragningskraft till dramatik, personifiering och motsättningar, skapar goda förutsättningar för att gemensamma populistiska tolkningsramar uppstår. När nyhetsrapporteringen formas efter tydliga kontraster blir berättelser såsom "folket" mot "eliten" ett attraktivt narrativ, inte för att journalister nödvändigtvis avser att skildra populism, utan för att det då kan ligga nära medielogikens behov av tydlighet och förenkling. Sammantaget riskerar detta att populistiska perspektiv integreras i nyhetsrapporteringen, även när de egentligen inte ens uttrycks av en populistisk aktör (Andersson, 2010). Genom dessa förhållningssätt och logik kan man lättare förstå hur begreppet populism i sin tur framträder eller inte, och varför så är fallet.

Krämer (2014) påtalar dock en viktig distinktion, vilket bör tas i beaktning, angående populism som figurerar i media. Han förtydligar att man bör explicit särskilja mellan populism *i* medierna och populism *genom* medierna. Han menar att populismen som skapas i media kan orsakas genom ett eget journalistiskt synsätt där konflikter förstoras, politiska motsättningar prioriteras och användningen av "folket" eller liknande, blir ett återkommande retoriskt grepp. Detta är grundtanken för det Krämer (2014) kallar *media populism* (sv. mediepopulism), där mediernas egna sätt att gestalta nyheter börjar likna populistisk retorik. Essensen i Krämers (2014) resonemang kring uppkomsten av media populism kan exemplifieras tydligt: om medias val och fokus riktas mot sånt som till exempel skandaler, politisk taktik eller emotionellt laddade uttalanden, formas tillslut ett medielandskap där populistiska budskap får större chans att få genomslag än mer komplexa och nyanserade resonemang.

Mazzoleni (2008) framhäver ytterligare en dimension i anknytning till mediologikens relation till att så kallad *media populism* kan uppstå. Han framhåller att denna relation även påverkar politiska aktörer, närmare sagt aktören som media rapporterar om. Han beskriver hur populistiska partier eller företrädare medvetet anpassar sin kommunikation efter mediologikens spelregler såsom att använda starka känslouttryck, provokationer och tydliga fiendebilder. Samtidigt förstår aktören att medierna blir en avgörande megafon för att sprida sådana budskap, vilket också naturligt sker eftersom dessa populistiska uttalanden lätt genererar nyhetsvärde (Andersson, 2010; Krämer, 2014; Mazzoleni, 2008). Resultatet blir således en samverkande effekt där medier och populistiska aktörer bidrar till varandras synlighet. Med utgångspunkt i Andersson (2010), Krämer (2014) och Mazzoleni (2008) visar forskningen att mediepopulism inte enbart handlar om hur medier skildrar populistiska aktörer, utan också om hur journalistiken själv kan skapa, förstärka eller normalisera populistiska uttryck. Detta till stor del på grund av mediologikens rådande kulturella fokus på konflikt, polarisering och förenkling. Således skapas så småningom ett logiskt väntat medielandskap där populismen både speglas och delvis produceras av mediernas egna sätt och val att rapportera (Andersson, 2010; Krämer, 2014; Mazzoleni, 2008). I denna uppsats används teorier om medielogik och mediepopulism, med utgångspunkt i Andersson (2010), Krämer (2014) och Mazzoleni (2008), för att förstå hur journalistiska prioriteringar, berättarformer och normer påverkar användningen av begreppet populism i svenska dagstidningar. Utgångspunkten i mediologikens fokus på förenkling, personifiering och konflikt ligger till grund för studiens intresse av att undersöka vilka aktörer som tillskrivs begreppet populism, vem som uttryckligen använder begreppet samt i vilka journalistiska *sammanhang* begreppet förekommer. Dessa teoretiska begrepp bidrar därmed till att tolka studiens resultat genom att synliggöra hur populismbegreppet inte enbart beskriver populistiska uttryck, utan även kan förstås som en följd av journalistikens egna gestaltungspraktiker och redaktionella val.

### 2.3 Gestaltningsteorin

Gestaltningsteorin, ofta benämnd *framing theory*, är ett teoretiskt perspektiv med flera olika tillämpnings-alternativ och definitioner som kan variera mellan olika studier (Goffman, 1974; Entman, 1993; Shehata, 2024; von Sikorski & Matthes, 2020). Enligt von Sikorski och Matthes (2020) kan gestaltning förstås som den process genom vilken vissa aspekter av en fråga eller händelse väljs ut och görs mer framträdande, medan andra aspekter tonas ned eller utelämnas. Eftersom teorin erbjuder ett lämpligt sätt att försöka förstå hur medier innehar makt att lyfta och inrama vissa perspektiv, blir den särskilt relevant och passande för denna studie. Att undersöka hur populism gestaltas inom medievärlden kräver en välgrundad teoretisk utgångspunkt som gör det möjligt att teoretisera eventuella mönster och likaså ge ett analytiskt omfång på studiens empiriska data och resultat. Gestaltningsteorin bidrar just med denna aspekt, eftersom den visar hur journalistiska val kan forma mottagarens (publikens) tolkning av information som presenteras, snarare än att information enbart verkar som neutral och objektiv fakta. Med andra ord utgår gestaltningsteorin från antagandet att människor inte uppfattar verkligheten på ett neutralt sätt, utan tolkar händelser och samhällsfrågor genom mentala och sociala ramar som organiserar och ger mening åt information (Goffman, 1974). Goffman (1974) visade till en början hur dessa ramar hjälper individer att definiera situationer och förstå komplexa sammanhang. I ett mediesammanhang innebär detta att journalistiska texter inte enbart återger fakta, utan också strukturerar verkligheten genom selektiva val av perspektiv, betoningar och tolkningar. Denna ansats vidareutvecklades av Entman (1993), som formulerade en inflytelserik definition av gestaltning som en process där vissa aspekter av en upplevd verklighet väljs ut och görs mer framträdande i kommunikationen, samtidigt som andra aspekter ges mindre utrymme. Enligt Entman kan gestaltning bidra till att forma hur problem definieras, vilka orsaker som framhävs, vilka moraliska bedömningar som görs samt vilka lösningar som framstår som rimliga. Gestaltning bör därmed förstås som

en meningsskapande process snarare än som en neutral återgivning av händelser. Samtidigt har senare forskning likt Baden (2019) och Shehata (2024) betonat att gestaltning inte är en entydig eller strikt avgränsad mekanism, utan ett analytiskt perspektiv som kan användas för att studera hur mening konstrueras och förhandlas mellan journalister, källor och publik. Kritik finns samtidigt gällande att teorin ibland används alltför brett, vilket kan leda till vissa oklarheter och svårigheter att fastställa tydliga kausala samband (Shehata, 2024). Trots detta erbjuder gestaltningsteorin ett relevant analytiskt ramverk för att undersöka hur medier genom urval och betoning bidrar till att forma publikens förståelse av populism. I relation till denna studie möjliggör teorin en fördjupad analys av hur populism representeras i journalistiska texter, genom att synliggöra vilka aspekter av begreppet som framhävs, vilka tolkningar som dominerar och vilka perspektiv som samtidigt tonas ned. Dock framhåller både Shehata (2024) och Baden (2019) att mediernas påverkan inte främst handlar om att styra vad människor ska tycka, utan snarare att deras urval, inramning och betoning påverkar hur publiken uppfattar en nyhet. På så sätt kan man säga att gestaltningen fungerar mer likt ett journalistiskt filter som i sin tur riskerar att påverka hur publiken kommer uppfatta och förstå det faktiska innehållet. Med stöd av dessa mer samtida tolkningar vad gestaltningsteorin faktiskt innebär blir Shehata (2024) resonemang angående: vad som lyfts fram, vilka aktörer, hur händelser och uttalanden kan relateras – en intressant ingång när det gäller begrepp som populism. Dels genom vilka ramar medier främst lyfter fram populism, vilket kan ses som teorins huvudkärna, och dels genom att ta hänsyn till de bakomliggande gestaltningsfaktorerna enligt teorin. På så vis både klargör och detaljerar detta teoretiska perspektiv en efterfrågan på liknande variabler att undersöka inom ramen för denna studies empiri. Men sammantaget belyser detta teoretiska perspektiv att journalistikens språkliga hantering av populism aldrig kan vara helt neutral, utan journalistiken bidrar därmed direkt till hur läsaren kan förstå och värdera populism vidare. Denna teoretiska ingång anses således vara särskilt användbar för föreliggande uppsats. Gestaltningsteorin både kompletterar och knyter också an till tidigare avsnitt om medielogik och mediepopulism. Precis som Krämer (2014) och Andersson (2010) visar kan mediers dramaturgiska arbetssätt och den rådande medielogiken riskera att förstärka en viss typ av inramning (Baden, 2019; Entman, 1993; Goffman, 1974; Shehata, 2024). Särskilt sådana inramningar som bygger på tydliga kontraster, känslouttryck, enkelspåriga budskap och som därmed är kommersiellt gångbart i den gällande kulturen (Andersson 2010). Detta betyder att medias val av gestaltning inte sker i ett vakuum, utan formas av journalistiska normer och kulturella ståndpunkter som redan finns etablerade i samhället.

Med utgångspunkt i Entmans (1993) och Shehatas (2024) syn på gestaltning, tillämpas gestaltningsteorin för att analysera hur populism kopplas till specifika aktörer och hur dessa aktörer i sin tur ramas in ideologiskt. Gestaltningsteorin används även för att undersöka om dessa inramningar samvarierar med aktörernas kön och position, exempelvis om populism i större utsträckning gestaltas genom ett visst kön eller knyts till vissa typer av politiska företrädare. På så sätt möjliggör teorin analyser av både enskilda gestaltningsvariabler och mer övergripande jämförelser av hur populism gestaltas genom flera faktorer samtidigt.

## 2.4 Sammanfattning av teoretiskt ramverk

Det teoretiska ramverket utgör den strukturella och analytiska grunden för studien och består av etablerade teorier, begrepp och idéer som används för att stödja och vägleda analysen. Ramverket fungerar som en tolkningsram genom vilken studiens empiriska material analyseras och bidrar till att förankra studien i befintlig forskning. Det teoretiska ramverket presenterar de teoretiska utgångspunkter som används för att strukturera och vägleda denna studiens analys. Detta bygger inledningsvis under avsnitt 2.1 på en fördjupad förståelse av vad populism innebär som ideologi. Eftersom populismen kan vara mångtydig och framkomma på olika sätt, redovisas begreppets ideologiska förankring med en vetenskaplig ansats för att konkretisera de bakomliggande faktorerna som ligger till

grund för ordets användning. Mudde och Kaltwasser (2017) beskriver populism som en tunn och ofullständig ideologi som fokuserar främst på motsättningen mellan folket och eliten, vilket March (2017) kompletterar genom att visa hur denna begränsade ideologiska kärna kan uttryckas olika beroende på politisk inriktning. Slutligen, under avsnitt 2.2 och 2.3 redogörs tre olika teoretiska perspektiv, medielogik, mediepopulism och gestaltningsteorin – som tillsammans bidrar med att stärka denna studies analysförmåga. Forskning om medielogik och mediepopulism visar att medier både återger och förstärker populistiska uttryck genom dramaturgi och urval (Andersson, 2010; Krämer, 2014; Mazzoleni, 2008). Gestaltningsteorin förklarar sedan hur dessa val skapar tolkningsramar för publiken (Goffman, 1974; Entman, 1993; Baden, 2019; Shehata, 2024). Dessa teoretiska perspektiv sammantaget vägleder både utformningen av studiens analysvariabler och tolkningen av det empiriska materialet.

### 3 Tidigare forskning

Under detta kapitel sammanfattas och diskuteras tidigare forskning som är relevant för studiens fokus på populism som journalistiskt begrepp. Populism har i forskningen inte enbart behandlats som ett politiskt fenomen kopplat till partier, rörelser eller ideologier, utan medie- och kommunikationsvetenskaplig forskning har under senare år i allt högre grad riktat uppmärksamheten mot mediernas egen roll i hur populism benämns, gestaltas och reproduceras. Kapitlet presenterar därför studier som belyser populismens relation till journalistik, medielogik och språklig inramning, samt forskning som behandlar populism i en bredare bemärkelse i nordisk och svensk kontext. Denna genomgång positionerar föreliggande studie till befintlig kunskap, vilket tydliggör vilka luckor studien ämnar bidra till att belysa.

#### 3.1 Populism i journalistiska texter

Hur populism kommer till uttryck i journalistiskt språk och gestaltning är ett perspektiv skiljer sig samt kompletterar de studier som främst fokuserar på att populistiska aktörer verkar som en egen fristående kommunikationsstrategi eller för den delen som en egen oberoende politisk ideologi. Ett exempel är Thornborrows, Ekströms och Patronas (2021) jämförande europeiska studie, som analyserar hur begreppet populism konstrueras och gestaltas i opinionstexter och ledarartiklar. I denna studie förstås opinionstexter och ledarartiklar som journalistiska genrer där normativa ställningstaganden, värderingar och argumentation utgör en förväntad och accepterad del av det journalistiska uttrycket (Thornborrow et al., 2021). Författarna använder en kombinerad metod där större textmängder analyseras kvantitativt för att identifiera språkliga mönster, vilka därefter tolkas genom diskursanalys. Studien visar hur populism i denna typ av journalistiskt material ofta används som ett normativt och värdeladdat begrepp, snarare än som ett neutralt och beskrivande uttryck. Populism kopplas återkommande till förenkling, irrationellt beslutsfattande och hot mot den demokratiska ordningen, vilket kan bidra till att forma stereotypa föreställningar hos publiken (Thornborrow et al., 2021). Utöver att visa hur populism ges en tydligt normativ innebörd, påvisar Thornborrow et al. (2021) även hur begreppet används som ett retoriskt verktyg för att markera distans mellan det som uppfattas som legitimt respektive illegitimt. I de opinionstexter och ledarartiklar som studien undersöker framställs populism återkommande som ett förenklande och irrationellt sätt att bedriva politiska projekt, vilket samtidigt positionerar journalistiken som rationell och demokratisk i sitt förhållningssätt. Thornborrow et al. (2021) visar därmed hur

mediernas språkliga val kan bidra till att forma publikens föreställningar om politiska aktörer och rörelser, snarare än att populism framträder som ett neutralt eller entydigt begrepp. Detta ligger i linje med föreliggande uppsats fokus på hur språkliga val bidrar till att forma förståelsen av politiska fenomen. Samtidigt är det viktigt att notera att Thornborrow et al. (2021) avgränsar sitt empiriska material till opinionstexter och ledarartiklar, det vill säga journalistiska genrer där värderingar och åsikter är en etablerad del av genrens funktion. Studien säger därmed mindre om hur begreppet populism används inom mer nyhetsorienterad journalistik, där ideal om saklighet, balans och objektivitet traditionellt sett är mer framträdande. Denna avgränsning lämnar således utrymme för kompletterande forskning.

Tóth, Demeter, Szabó och Török (2024) riktar istället fokus mot nyhetsjournalistik som strävar efter en mer neutral och objektiv framställning. I deras studie förstås neutral nyhetsjournalistik som rapportering som i högre grad präglas av etablerade ideal om saklighet och opartiskhet, där journalisten i första hand återger händelser och aktörers uttalanden utan explicit normativ argumentation (Tóth et al., 2024). Genom en kvantitativ innehållsanalys av västerländsk nyhetsrapportering om protester bidrar Tóth et al. (2024) med ett perspektiv som kompletterar tidigare studier av mer åsiktsdrivna genrer. Författarna analyserar 469 nyhetsartiklar från fem internationella medier och undersöker förekomsten av typiskt populistiska språkliga uttryck, såsom antielitism och hänvisningar till folkets vilja. Resultaten visar att antielitism är det mest framträdande draget och att detta ofta förekommer även i journalistens egna formuleringar, snarare än enbart i citerade uttalanden från populistiska aktörer. Detta indikerar att populistiska uttryck kan uppstå som en följd av journalistiska gestaltningsval, även i nyhetsgenrer som eftersträvar objektivitet. Tóth et al. (2024) kopplar därmed sina resultat till teorier om mediipopulism, genom att visa hur journalistiken själv kan reproducera populistiska tongångar genom språklig gestaltning.

Sammantaget visar dessa studier att populism kan förekomma och ges mening i både åsiktsdrivna genrer och i mer neutralt hållna nyhetsartiklar, men på olika sätt och med olika funktion. Mot denna bakgrund kommer föreliggande uppsats att utgå ifrån en uppdelning mellan olika journalistiska texttyper. Dels åsiktsdrivna texter med en mer förväntad och accepterad argumentationsfunktion, såsom opinionstexter och ledare, dels mer traditionell nyhetsjournalistik (så kallad *hard news*) (Thornborrow et al., 2021; Tóth et al., 2024). Dessa studier motiverar således föreliggande uppsats att undersöka hur begreppet populism fördelar sig mellan olika journalistiska texttyper och avsändare, samt fylla en kunskapslucka kring hur dessa mönster ser ut i en svensk kontext. Genom en jämförande ansats mellan olika texttyper syftar studien till att bidra med empirisk kunskap om hur populism kontextualiseras i *olika* journalistiska sammanhang. Därmed bidrar Thornborrow et al. (2021) och Tóth et al. (2024) till att forma denna uppsats analysvariabler samt inriktning.

## 3.2 Populism i Norden

Utöver empiriska studier som undersöker medieinnehåll med större internationell räckvidd eller studier som fokuserar främst på vissa utvalda journalistiska textgenrer, har även tidigare forskning uppmärksammat hur populistiska uttryck ter sig inom den nordiska nyhetsjournalistiken. Dessa studier ger ett mer avgränsat geografiskt sammanhang inom vilket föreliggande uppsats lämpligare kan likställas med, då de nordiska länderna i flera avseenden kan betraktas som mer jämförbara med Sverige, både kulturellt, politiskt och medialt. Studier av nordisk nyhetsjournalistik, vilka refereras till nedan, menar att de nordiska länderna delar liknande demokratiska system, journalistiska ideal och mediestrukturer, vilket gör det möjligt att använda nordiska studier som en särskild adekvat

referensram för att förstå hur populism kan komma till uttryck även i inkom svenska nyhetstexter.

Ett första exempel på denna typ av nordisk forskning är Mjelde och Hovdens (2019) longitudinella studie av hur populistiska uttryck förekommer i nyhetsrapportering i tre nordiska länder, Sverige, Danmark och Norge, över en period på nära femtio år. Studien bygger på en kvantitativ innehållsanalys av totalt 4 329 nyhetsartiklar publicerade mellan 1970 och 2016 i totalt sex olika ansevärliga dags- och kvällstidningar, två tidningar för varje enskilt land. Urvalsprocessen av artiklar valdes kring debatten och rapporteringen angående migrationsrelaterade frågor. Författarna kodade artiklarna utifrån ett antal populistiska kännetecken, däribland framställningar av ett homogent folk, kritik mot politiska och institutionella eliter samt konfliktramar som ställer ”folket” mot maktinnehavare. Det kodade materialet analyserades därefter för att tolka hur förekomsten av dessa uttryck har förändrats över tid, samt hur de varierar mellan olika länder och journalistiska genrer. Resultaten visar att populistiska sätt att rama in immigration successivt har ökat i nordisk nyhetsrapportering, även om utvecklingen skiljer sig mellan länderna. Särskilt tydliga ökningskurvor återfinns i Danmark, medan motsvarande tendenser är mindre framträdande i Sverige och Norge. En intressant anmärkning enligt Mjelde och Hovden (2019) är att populism i nordiska medier ofta gestaltas som ett fenomen som äger rum utanför den egna nationella kontexten. Författarna beskriver hur populism i hög grad kopplas till internationella politiska aktörer och händelser, vilket bidrar till att positionera begreppet som något som sker ”någon annanstans”. En sådan mediegestaltning kan skapa distans mellan publiken och fenomenet, samtidigt som populism framstår som ett externt problem snarare än som en del av den egna politiska verkligheten. Studien visar även att populistiska uttryck förekommer oftare i opinionsmaterial än i traditionell nyhetsrapportering, vilket indikerar att sådana uttryck i högre grad legitimeras i genrer där värderingar och ställningstaganden är mer accepterade. Men samtidigt framkommer det dock tydligt att populistiska uttryck även florerar inom den mer åsiktsneutrala nyhetsjournalistiken. Således understryker även denna empiriska studie, dessutom med kategoriserad data från ett svenskt och nordiskt medielandskap, hur populistiska uttryck verkar förefinnas i journalistiska texter som inte är explicit opinionsbildande.

Dessa empiriska konstateranden kan sättas i relation till Herkman och Jungars (2023) övergripande och sammanfattande analys av hur populism och medier har studerats och förstått i de nordiska länderna genom åren. I sin genomgång kombinerar de en kartläggning av tidigare empiriska studier med egna analytiska resonemang om relationen mellan populism, medier och politisk utveckling i Norden. Ett tydligt fokus i deras analys ligger på högerpopulistiska partier och rörelser, vilka dominerar både den politiska praktiken och den akademiska forskningen i de nordiska länderna. Herkman och Jungar (2023) visar hur forskningen i hög grad har kretsats kring partier som Sverigedemokraterna, Dansk Folkeparti, Sannfinländarna och Fremskrittspartiet i Norge, där uppmärksamheten riktats mot deras kommunikationsstrategier, mediegenomslag och relation till etablerade medier. Författarna konstaterar att dessa högerpopulistiska aktörer i stor utsträckning har lyckats anpassa sin retorik till det nordiska medielandskapets medielogik, där konflikt, förenkling och personifiering tenderar att premieras. Herkman och Jungar (2023) beskriver det som att populistiska mönster i nordiska medier ofta tar sig uttryck genom konflikt-dramaturgi, antielitism och folkcentrerade narrativ, och då särskilt i frågor som rör nationell identitet, migration och politiskt beslutsfattande. Författarna argumenterar för att populismens medielogik i vissa journalistiska genrer har blivit normaliserad, vilket innebär att populistiska uttryck inte nödvändigtvis uppfattas som avvikande, utan snarare som ett etablerat sätt att gestalta exempelvis politiska konflikter. Detta sammanfaller i viss mån med Mjelde och Hovdens (2019) resultat som pekar på en ökning av populistiska uttryck över tid. Samlat blir slutsatserna hos Mjelde och Hovden (2019) samt Herkman och Jungar (2023) synnerligen relevanta vid en jämförelse av denna uppsats egna empiriska resultat.

Detta möjliggör att både kunna identifiera likheter och att synliggöra eventuella avvikelser, vilket i sin tur kan bidra till att fylla en forskningslucka kring hur populism uttrycks i samtida svensk nyhetsjournalistik. Sammantaget kommer denna nordiska forskning användas i föreliggande uppsats för att jämföra och förstå varför populism i nyhetsjournalistik ofta kopplas till vissa typer av aktörer liksom i synnerhet till högerideologiska sammanhang.

### 3.3 Populism i Sverige

I en svensk kontext har Holt, Bolin och Wadbring (2025) nyligen bidragit med forskning om populism genom en studie av Sverigedemokraternas politiska diskurs i riksdagens partiledardebatter över tid. Studien fokuserar på hur denna diskurs har utvecklats i relation till partiets ökade parlamentariska inflytande. Utgångspunkten för studien är den så kallade: inkluderings- och moderationshypotesen, vilken utgår från antagandet att populistiska partier tenderar att tona ned sin retorik i takt med ökat parlamentariskt inflytande. Mot denna bakgrund undersöker Holt et al. (2025) huruvida en sådan moderering kan observeras i Sverigedemokraternas parlamentariska diskurs, samt på vilka sätt en eventuell förändring tar sig i uttryck i ett bredare parlamentariskt sammanhang. Analysen omfattar Sverigedemokraternas framträdanden i riksdagens partiledardebatter under perioden 2010–2024, vilket möjliggör en longitudinell undersökning av diskursiva förändringar över flera mandatperioder. Genom detta tidsspänn kan författarna relatera förändringar i diskursen till partiets gradvisa förflyttning från politisk marginalisering till ökat parlamentariskt inflytande.

Metodologiskt kombinerar Holt et al. (2025) kvantitativa och kvalitativa angreppssätt. Den kvantitativa analysen används för att mäta förekomsten av populistiska inslag i debatterna över tid, medan den kvalitativa diskursanalysen syftar till att identifiera hur populistiska idéer artikuleras och samspelar inom det parlamentariska språkbruket. Populism operationaliseras även i denna studie genom karaktäristiska komponenter såsom ett narrativ genom folket och antielitism, vilket med hänsyn till uppsatsens tidigare punkter, finns som ett återkommande tillvägagångssätt för att uttyda just populistiska egenskaper. Vidare visar studiens resultat att frekvensen av populistiska inslag i Sverigedemokraternas parlamentariska diskurs minskar över tid, vilket till viss del kan tolkas som stöd för inkluderings- och moderationshypotesen. Samtidigt betonar författarna att denna minskning inte nödvändigtvis innebär att de grundläggande populistiska idéerna försvinner. Tvärtom kvarstår populistiska strukturer, särskilt motsättningen mellan ”folket” och ”eliten”, även i senare debatter, om än i mer anpassade och mindre konfrontativa former. Holt et al. (2025) drar därmed slutsatsen att Sverigedemokraternas populistiska diskurs snarare genomgår en form av strategisk omformulering än en tydlig ideologisk förändring. Viktigt att poängtera är dock studiens begränsningar, trots sin geografiska samt tidsenliga relevans. Holt et al. (2025) fokuserar uteslutande på Sverigedemokraterna samt på partiets diskurs i riksdagens partiledardebatter, vilket innebär att analysen avgränsas till en specifik politisk aktör och en specifik diskurs (debatter i svenska riksdagen). Studien säger därmed mindre om hur populism tar sig uttryck i andra kommunikativa sammanhang, exempelvis i mediala utspel, intervjuer eller andra journalistiska texter. Dessutom kan även aktörer utanför den etablerade makteliten bidra till att forma och konstruera populistiska uttryck inom medierapporteringen. Men trots denna avgränsning anses studien ändå vara av stor relevans, främst genom att visa hur en populistisk diskurs kan förändras och anpassas över tid, och då i takt med ett ökat parlamentariskt inflytande. Därför bidrar Holt et al. (2025) med en fördjupad förståelse av populism som ett dynamiskt och situationsbundet fenomen och detta i ett uteslutande svenskt sammanhang. Men studien kan även anses vara särskilt betydelsefull i relation till mediernas roll i att gestalta och benämna populism. Om populistiska uttryck förändras till sin form, exempelvis genom att bli mer etablerade eller indirekta, bör detta påverka i förlängningen hur medier identifierar,

tolkar och rapporterar om populism. Denna koppling mellan politiska aktörer och mediologik överensstämmer även med Mazzolenis (2008) resonemang som framhåller att relationen mellan populism och medier är delvis ömsesidig. Enligt Mazzoleni anpassar populistiska aktörer sin kommunikation efter mediologikens spelregler, där medierna fungerar som en megafon för spridningen av dessa uttryck. Om politiska aktörer förändrar sitt sätt att kommunicera, till exempel genom att tona ned tydliga populistiska uttrycksformer, påverkas därmed även de journalistiska gestaltningarna av populism (Holt et al., 2025; Mazzoleni, 2008). Sammanfattningsvis visar Holt et al. (2025) att populism i en svensk kontext kan förändras och anpassas över tid i takt med ökat parlamentariskt inflytande, utan att dess grundläggande idéstrukturer försvinner. Studien belyser därmed populism som ett dynamiskt och situationsbundet fenomen, men säger mindre om hur dessa förändringar fångas och benämns i journalistisk rapportering. Detta pekar på en kunskapslucka kring hur medier identifierar och gestaltar populism i svensk nyhetsjournalistik, vilket föreliggande uppsats avser att undersöka.

### **3.4 Sammanfattning av tidigare forskning**

Tidigare forskning visar att populism inte bara formas av politiska aktörer, utan även genom journalistisk gestaltning. Under punkt 3.1 framgår att populism i åsiktstexter ofta används som ett normativt och värdeladdat begrepp (Thornborrow, Ekström & Patronas, 2021), men att populistiska uttryck såsom antielitism även förekommer i nyhetsjournalistik som ska sträva efter objektivitet, vilket påpekar mediernas aktiva roll i skapandet av mediepopulism (Tó'th et al., 2024). Punkt 3.2, med fokus på Norden, visar att populistiska uttryck har ökat med tiden i nyhetsrapportering och förekommer både i opinionstexter och i mer traditionell nyhetsjournalistik (Mjelde & Hovden, 2019). Dessutom visar Herkman och Jungar (2023) att populistiska mönster i vissa journalistiska genrer har normaliserats genom konflikt dramaturgi, antielitism och folkcentrerade narrativ. Under punkt 3.3 behandlas populism i en svensk kontext, där Holt, Bolin och Wadbring (2025) visar att populistiska uttryck i Sverigedemokraternas parlamentariska diskurs minskar i frekvens men omformuleras snarare än försvinner, i takt med ökat politiskt inflytande. Sammantaget tillämpas den tidigare forskningen i denna uppsats för att kartlägga det befintliga kunskapsläget, identifiera relevanta analytiska ingångar och synliggöra en kunskapslucka som studien avser att bidra till att fylla.

## **4 Syfte och frågeställningar**

### **4.1 Syfte**

Syftet med denna studie är att genom en kvantitativ innehållsanalys kartlägga förekomsten, fördelningen och användningen av begreppet populism, inklusive dess olika böjningsformer, inom svensk nyhetsjournalistik. Studien avser att undersöka hur begreppet populism förekommer i olika journalistiska sammanhang och hur dessa sammanhang kan kvantifieras i två rikstäckande dagstidningar: Dagens Nyheter (DN) och Svenska Dagbladet (SvD). Genom analys av publicerat textmaterial från perioden 2020–2024 syftar studien till att identifiera mönster, frekvenser och skillnader i tidningarnas användning av populismbegreppet. Mot bakgrund av populismens mångtydiga och kontextberoende innebörd finns ett medie- och samhällsvetenskapligt behov av att empiriskt visa hur begreppet används i journalistisk praktik. Studien har inte som ambition att bedöma huruvida aktörer eller uttryck är populistiska i sak, utan fokuserar på populismbegreppets

språkliga användning i journalistiska texter. Resultaten tolkas i relation till tidigare forskning samt teorier om journalistisk gestaltning, medielogik och mediepopulism, i syfte att bidra med mätbar kunskap om mediernas framställning av populism.

## 4.2 Frågeställningar

För att operationalisera studiens syfte formuleras följande empiriskt mätbara forskningsfrågor, avsedda att undersöka frekvenser, fördelningar och jämförelser i materialet:

**RQ1** Vilken fördelning uppvisar kontextualiseringen av begreppet populism i svensk nyhetsjournalistik?

- a) Vilka journalistiska texttyper innehåller begreppet populism?
- b) Vilka avsändare använder begreppet populism?

**RQ2** Vilken fördelning uppvisar gestaltningen av begreppet populism i svensk nyhetsjournalistik?

- a) Vilka aktörer tillskrivs begreppet populism?
- b) Vilka ideologiska inramningar kopplas till begreppet populism?

**RQ3** Vilka skillnader och likheter kan identifieras mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet i kontextualiseringen och gestaltningen av begreppet populism?

## 5 Metod och material

I detta kapitel redogörs studiens metodologiska utgångspunkter och genomförande. Kapitlet är underbyggt med relevanta punkter för att tydliggöra hur det empiriska materialet har samlats in, operationaliserats och analyserats, samt med genomgående motivering av de metodologiska val som fattats för att kunna besvara studiens syfte och forskningsfrågor. Metodens styrkor och begränsningar diskuteras i syfte att bedöma studiens analytiska förmåga, tillförlitlighet och generaliserbarhet.

### 5.1 Kvantitativ innehållsanalys

För att kunna besvara studiens forskningsfrågor och genomföra en systematisk analys av hur det särskilda begreppet *populism* kontextualiseras och används i svenska dagstidningar valdes en kvantitativ metod. En kvantitativ innehållsanalys ansågs vara en lämplig metod

eftersom den möjliggjorde en systematisk och objektiv kartläggning av mönster i en stor mängd textmaterial, i detta fallet tryckta tidningsartiklar. Metoden bygger på att använda tydligt definierade kategorier för att kvantifiera innehåll, vilket enligt Bryman (2018) skapar förutsättningar för hög transparens, replikation och jämförbarhet mellan studier. Genom att omvandla text till data kan forskaren identifiera frekvenser, trender och samband som annars kan vara svåra att upptäcka vid en kvalitativ läsning. Bryman (2018) betonar också att kvantitativ innehållsanalys är särskilt användbar när målet är att analysera hur ofta specifika teman, framställningar eller begrepp förekommer, samt när forskaren vill dra slutsatser om mönster på en mer övergripande nivå. Metoden är därför väl lämpad för att besvara forskningsfrågor som rör frekvens, skillnader, kontextualisering och förändring i mediala representationer. En grundläggande iakttagelse är att denna studies kvantitativa innehållsanalys bestod uteslutande av när begreppet explicit förekom och därav innehöll analysen inte populistiska budskap eller uttrycksformer så länge inte begreppet explicit också förekom. Detta var ett medvetet metodval som medförde både vissa begränsningar och fördelar, vilket tydliggörs mer ingående under resterande punkter i detta kapitel.

## 5.2 Etik

I denna studie analyserades artiklar från *Svenska Dagbladet* och *Dagens Nyheter*. Även om allt material som ingår i analysen är offentligt tillgängligt finns det etiska aspekter att ta hänsyn till. Som Bryman (2018) påpekar har forskaren ett ansvar att hantera sitt material på ett korrekt och ansvarsfullt sätt, vilket innebär att innehållet ska återges och koda noggrant utan att misstolkas eller förvrängas. Som en del av det etiska arbetet genomfördes en etisk egengranskning av studien i enlighet med Linnéuniversitetets riktlinjer (Linnéuniversitetet, u.å.). Granskningen visade att projektet inte omfattas av etikprövningslagen och därmed inte behöver prövas av Etikprövningsmyndigheten, i linje med riktlinjer från Etikkommittén Sydost (Etikkommittén Sydost, u.å.).

Samtliga analyserade artiklar hämtades via databasen Retriever, vilket innebar att inget material behövde samlas in eller lagras lokalt. Därigenom minskades risken för felaktig hantering, spridning eller lagring av data. Studien omfattas inte av etikprövningslagen (Lag [2003:460] om etikprövning av forskning som avser människor), eftersom analysen uteslutande baseras på redan publicerat och offentligt journalistiskt material. Inga personuppgifter har samlats in, lagrats eller behandlats i forskningssyfte, och inget material av känslig karaktär har ingått i studien. Enligt Linnéuniversitetets riktlinjer för studenter gäller att *"om undersökningen kan göras utan att personuppgifter behandlas är detta att föredra. Då gäller nämligen inte kraven i dataskyddsförordningen"* (Linnéuniversitetet, u.å.). Mot denna bakgrund, och i samråd med handledning, bedöms studien inte omfattas av GDPR:s krav, då inga känsliga eller identifierbara personuppgifter samlas in, lagras eller analyseras. Studien följer därmed god forskningsetisk praxis genom att minimera integritetsrisker och begränsa analysen till offentligt tillgängligt material.

Vidare genomfördes studien i enlighet med riktlinjer från Vetenskapsrådet (2024), Linnéuniversitetet samt Etikkommittén Sydost. Detta innebär att materialet användes på ett ansvarsfullt sätt, att citat och tolkningar inte rycktes ur sitt sammanhang. Utöver formella forskningsetiska och juridiska krav aktualiserade denna studie även etiska överväganden kopplade till begreppsanvändning och representation. Eftersom populism ofta fungerar som ett normativt och potentiellt stigmatiserande begrepp i offentlig debatt, finns en risk att analysen indirekt reproducerar negativa beteckningar av politiska aktörer eller rörelser. För att motverka detta har studien konsekvent fokuserat på hur begreppet används i journalistiska texter, snarare än att värdera eller bedöma aktörer i sig. Vidare innebär den kvantitativa metoden en risk för förenkling, då komplexa diskursiva sammanhang reduceras till kodningsbara kategorier. Denna begränsning har hanterats genom transparens

i metodval och genom att resultaten tolkas med försiktighet och i relation till tidigare forskning.

### 5.2.1 Användning av artificiell intelligens

I arbetet med denna uppsats har artificiell intelligens inte använts, varken för att generera innehåll, analysera empiriskt material eller formulera teoretiska resonemang. AI har däremot använts i begränsad omfattning som stöd för språklig översyn, såsom stavningskontroll, grammatik och generell korrekturläsning. Det vill säga att AI har använts likt ett språkligt bollplank för finjustering och granskning. Allt språkligt, etiskt och innehållsligt ansvar för uppsatsen vilar dock enkom på författarna.

## 5.3 Material och urval

Denna studie baseras på en kvantitativ innehållsanalys av tryckta tidningsartiklar från *Dagens Nyheter* (DN) och *Svenska Dagbladet* (SvD). Dessa två tidningar valdes eftersom de är två av de största nyhetstidningarna i Sverige (Mediemyndigheten, 2024; Ocast, u.å.) med bred nationell spridning och omfattande läsarkrets, vilket bidrar till att ge en representativ bild av svensk etablerad dagspress. Den empiriska undersökningen fastställer hur begreppet *populism* används i respektive tidning under perioden 1 januari 2020 – 31 december 2024. Databasinsamlingen genomfördes via databasen *Retriever*, som är en mediedatabas som innehåller artiklar och publicerat material från svenska och internationella tidningar, tidskrifter, nyhetssajter och andra redaktionella medier. I *Retriever* användes en söksträng inkluderande termen *populism* med dess böjningsformer inklusive alla prefix och suffix. Den valda tidsperioden 2020–2024 ansågs vara särskilt relevant då den först ligger nära rent tidsenligt med dagens journalistik och även inkluderar flera betydande politiska händelser både nationellt och globalt. Under dessa år hölls bland annat det svenska riksdagsvalet 2022, det amerikanska presidentvalet 2020 samt ytterligare ett presidentval i USA 2024. Sökningen resulterade i totalt 1 776 artiklar från DN och 1 106 artiklar från SvD som innehöll begreppet enligt sökkriterierna. Eftersom de totala populationerna för både DN och SvD var för stora för att analyseras i sin helhet och målet var att erhålla ett hanterbart men samtidigt representativt urval om cirka 250 artiklar per tidning, tillämpades en systematisk urvalsprocess (Bryman, 2018, s. 185). Ett representativt urval om cirka 250 artiklar per tidning, bedömdes som lämpligt för att uppnå en balans mellan analytisk bredd och genomförbarhet. Med hänsyn till studiens avgränsade tidsram på tio veckor möjliggjorde detta urval en omfattande och konsekvent kodning av materialet, utan att göra avkall på studiens reliabilitet. Ett större urval hade riskerat att begränsa kodningens beståndsdelar, medan ett mindre urval hade kunnat begränsa möjligheten att identifiera mönster över tid. En systematisk urvalsprocess valdes eftersom den gav ett jämnt fördelat urval över hela totalpopulationen, vilket minskar risken för kluster av artiklar från perioder med temporära nyhetstoppar. Metoden är särskilt lämplig i longitudinella material där syftet är att uttyda mönster och jämföra förändringar över tid (Bryman, 2018).

Först sorterades samtliga träffade artiklar för de båda tidningarna separat och i kronologisk följd från 1 januari 2020 till 31 december 2024. Sedan beräknades två särskilda systematiska intervall genom att dividera det totala antalet träffar i respektive tidning med målet om cirka 250 artiklar. På detta sätt skapades två olika proportionella urvalsintervaller med representativ spridning över hela perioden för båda tidningarna. Intervallvärdet för *Dagens Nyheter* beräknades genom att dividera det totala antalet träffar (1 776 artiklar) med målet om cirka 250 artiklar, vilket gav ett kvotantal på ungefär 7.1 och därför valdes var sjunde artikel ut i det systematiska urvalet för tidningen DN (bilaga 2). För SvD beräknades intervallvärdet på liknande sätt genom att dividera det totala antalet träffar (1 106 artiklar) med målet om cirka 250 artiklar. Kvoten uppgick till omkring 4,4 och eftersom systematisk

provtagning krävde heltalsintervall användes ett kombinerat intervall på 4 och 5 artiklar, vilket i genomsnitt motsvarar ett urvalsintervall på 4,5 artiklar. Urvalet genomfördes genom ett repeterande mönster där var fjärde och var femte artikel valdes omväxlande (4–5–4–5 och så vidare). Därefter genomfördes urvalet för båda tidningarna genom en systematisk och representativ urvalsprocess. Se bilaga 3 för ett illustrerat exempel på hur detta gick till. För att undvika och minimera systematiska fel, exempelvis att urvalet annars skulle börja på första artikeln inom valda tidsspännet, vilket kan riskera att överrepresentera vissa artikeltyper, drogs en slumpmässig startpunkt. Denna bestämdes genom att slumpa ett heltal mellan 1 och  $k$ , där  $k$  motsvarade intervallet för respektive tidning. På så sätt fick varje artikel inom startintervallet lika stor sannolikhet att bli den första. Det systematiska urvalet fortsatte tills antalet artiklar för den valda tidsperioden (1 januari 2020 till 31 december 2024) löpte ur för respektive tidning.

## 5.4 Genomförande

Studien genomfördes med hjälp av en systematisk stickprovstagning enligt en förutbestämd arbetsprocess i enlighet med principerna för kvantitativ innehållsanalys (Bryman, 2018). Systematisk provtagning valdes eftersom metoden möjliggör ett jämnt fördelat och representativt urval över en längre tidsperiod, samtidigt som den bidrar till studiens mätbarhet genom att urvalsförfarandet är tydligt, reproducerbart och konsekvent (Bryman, 2018). Datainsamlingen genomfördes med hjälp av databasen Retriever, där artiklar från *Dagens Nyheter* och *Svenska Dagbladet* identifierades utifrån en fastställd sök- och urvalsformel (avsnitt 5.3). Något manuellt urval av artiklar genomfördes inte i ett inledande skede, eftersom samtliga artiklar som uppfyllde de förutbestämda kriterierna automatiskt inkluderades i materialet. Urvalsprocessen styrdes därmed helt av de operationaliserade variabler och kodningsprinciper som redovisas i avsnitt 5.3, vilket bidrog till ökad transparens, mätbarhet och minskad risk för selektionsbias (Bryman, 2018). Kodningsarbetet genomfördes av två kodare, där vardera kodare ansvarade för hälften av det totala materialet. För att säkerställa en gemensam förståelse av kodschemat genomfördes en pilotstudie innan den fullständiga kodningen påbörjades. Pilotstudien syftade till att pröva variablernas tydlighet, identifiera eventuella tolkningsproblem samt vid behov justera kodmanualen. Under hela kodningsprocessen följdes kodschemat konsekvent, och eventuella osäkerheter hanterades genom återkoppling till kodmanualens definitioner och operationaliseringar (bilaga 1), i linje med Brymans (2018) rekommendationer för kvantitativ innehållsanalys och för att säkerställa en hög grad av mätbarhet i kodningsbesluten.

I samband med datainsamlingen användes tydliga exklusionskriterier, där texter som bestod av reklam eller annat icke-redaktionellt innehåll definierades som material som inte skulle ingå i analysen. Vid sökningar i databasen Retriever kunde det även förekomma träffar som endast bestod av enstaka meningar och inte av fullständiga artiklar, exempelvis från en tidnings förstasida, och dessa inkluderades därför inte. Under studiens genomförande behövde dock inga texter exkluderas, eftersom samtliga artiklar som ingick i det empiriska materialet uppfyllde studiens avgränsningar. Exklusionskriterierna fanns ändå på plats som en beredskap och gjorde det möjligt att genomföra urvalet löpande och systematiskt, där eventuella irrelevanta artiklar vid behov hade kunnat ersättas enligt det fastställda urvalsförfarandet utan att startpunkt eller intervall behövde ändras (avsnitt 5.3). Efter avslutad kodning sammanställdes samtliga variabler i det statistiska analysprogrammet SPSS. Genom programmet genomfördes deskriptiva analyser, vilka låg till grund för framställningen av studiens tabeller och figurer. Enligt Bryman (2018) är användningen av statistiska analysverktyg såsom SPSS ett etablerat och ändamålsenligt tillvägagångssätt inom kvantitativ innehållsanalys, särskilt för att säkerställa systematik, spårbarhet och mätbarhet i resultatredovisningen. För att förbättra den grafiska tydligheten

och läsbarheten exporterades därefter tabellerna till Google Sheets, där de anpassades visuellt utan att innehållet eller de statistiska resultaten förändrades.

#### 5.4.1 Variabler och kodschema

Utformningen av de analytiska variablerna tog sin utgångspunkt i studiens teoretiska ramverk, särskilt gestaltningsteorin och forskning om medielogik och mediepopulism. Enligt gestaltningsteorin påverkas publikens förståelse av ett fenomen eller begrepp av vilka aktörer som lyfts fram, hur begrepp används och i vilka sammanhang de placeras (Entman, 1993; Shehata, 2024). Mot denna bakgrund skapades variablerna: vem som associeras med begreppet populism inklusive könstillhörighet, vilken typ av populism som åsyftas ideologiskt i de analyserade texterna. Kontextualiseringen av begreppet tog hänsyn till vem som är avsändare av begreppet, det vill säga om det var journalisten själv som använde begreppet eller om den tillskrevs en annan aktör och vilken typ av text begreppet förekom i. Valet att inkludera texttyp som analytisk variabel baserades delvis på tidigare forskning som visat att begreppet populism ofta förekom i åsiktsdrivna journalistiska genrer, såsom ledartiklar och opinionstexter (Thornborrow et al., 2021). Samtidigt har studien utformats med ambitionen att inte begränsa analysen till dessa genrer, eftersom studiens teoretiska ramverk betonar att även nyhetsjournalistikens kan bidra till att forma publikens förståelse av populism (Tóth et al., 2024). Mot denna bakgrund kodades både nyhetsartiklar och mer åsiktsdrivna texttyper, för att möjliggöra en systematisk jämförelse av hur populismbegreppet förekommer och används inom olika journalistiska genrer.

Kodschemat bestod av nio variabler som utformades för att på ett systematiskt och analytiskt sätt undersöka hur begreppet *populism* används i de utvalda dagstidningarna *Dagens Nyheter* (DN) och *Svenska Dagbladet* (SvD). Syftet var att identifiera vem som använder begreppet, i vilka journalistiska och politiska sammanhang det förekommer samt vilka aktörer som tillskrivs populism. Därutöver inkluderade kodschemat en variabel som hade för avsikt att synliggöra vilket kön som kopplas till begreppet i den analyserade artikeln, i syfte att möjliggöra en mer nyanserad analys av eventuella könsmonster i användningen av begreppet. Variablerna utformades för att möjliggöra en kvantifierbar analys av mönster i materialet, samtidigt som tolkningsutrymmet begränsades genom tydliga definitioner och kodningsanvisningar (bilaga 1). Variablerna delades in i två huvudkategorier: kontextuella variabler och analytiska variabler. De kontextuella variablerna avser information om artikeln och fungerar som bakgrundsdata (*artikel-ID*, *publiceringsdatum*, *vilken tidning och vem som har kodat*). Eftersom dessa variabler baserades på objektiva uppgifter krävdes inget kodningsbeslut och räknades inte heller in i beräkningen av interkodarreliabiliteten. De analytiska variablerna utgör studiens huvudsakliga kodningsgrund och användes för att analysera hur begreppet populism kontextualiseras och gestaltas inom de valda artiklarna. Dessa variabler omfattade följande data: journalistisk texttyp där begreppet förekommer, vem aktören är som tillskrivs begreppet populism, vem som använder begreppet i artikeln samt hur populism ideologiskt inramas. Förekom begreppet på flera ställen i en och samma artikel, utgick kodningen efter den dominerande eller mest framträdande användningen av begreppet. Detta gällde för samtliga artiklar och variabler i enlighet med de regler som fastställdes i kodmanualen (bilaga 1). Samtliga variabler är noggrant operationaliserade och definierade i kodmanualen, där varje variabel följs av tydliga instruktioner och kodningsalternativ. Kodmanualen fungerade som ett avgörande redskap under både pilotstudien och huvudkodningen, vilket bidrog till att säkerställa en hög grad av reliabilitet i kodningsprocessen. De tydliga definitionerna och prioriteringsreglerna i kodmanualen bidrog till att begränsa tolkningsutrymmet, vilket bekräftades av den höga interkodarreliabiliteten i pilotstudien.

#### 5.4.2 Kodning av variabler

I den kvantitativa innehållsanalysen operationaliserades begreppet populism genom ett antal variabler som syftade till att fånga hur, av vem och i vilket sammanhang begreppet användes i det journalistiska materialet. Varje variabel kodades enligt förutbestämda och tydligt avgränsade kriterier, vilket möjliggjorde en systematisk och jämförbar analys av materialet. Vid kodning av samtliga analytiska variabler tillämpades en gemensam princip där den mest frekvent förekommande användningen av begreppet populism i varje enskild artikel låg till grund för kodningsbeslutet. Om begreppet förekom vid flera tillfällen inom samma artikel registrerades således den kategori som förekom oftast för respektive variabel. Denna frekvensbaserade kodningsprincip användes konsekvent för alla variabler och syftade till att säkerställa en enhetlig, systematisk och reproducerbar kodningsprocess, samtidigt som utrymmet för subjektiva tolkningar begränsades. Nedan redogörs för hur respektive variabel definierades och tillämpades i kodningsprocessen. Första exemplet nedanför, ideologisk inramning, är ett detaljerat exempel på hur denna frekvensbaserade kodningsprincip gick till, dock applicerades principen på samtliga analytiska variabler (*ideologisk inramning, texttyp, avsändare, mottagare och kön*).

I kodningen av *ideologisk inramning* fastställdes tydliga riktlinjer för hur artiklar där begreppet populism förekom vid flera tillfällen skulle hanteras. När olika ideologiska former av populism förekom inom samma artikel kodades ideologi utifrån den inramning som förekom oftast i texten. Frekvensen av ideologiska kopplingar användes därmed som avgörande kriterium för vilken ideologisk kategori som skulle registreras. Om exempelvis högerpopulism förekom vid två tillfällen och vänsterpopulism vid ett tillfälle i samma artikel, kodades artikeln som högerpopulistisk, då denna inramning var den mest frekvent förekommande och därmed mest framträdande. I de fall där förekomsten av olika ideologiska inramningar var jämnt fördelad, exempelvis om höger- och vänsterpopulism förekom vid ett tillfälle vardera, kodades artikeln som icke-ideologiskt eller allmän populism. Denna kategori användes för artiklar där begreppet populism behandlades på ett övergripande sätt utan att en tydlig ideologisk dominans kunde identifieras.

För variabeln *texttyp* kodades vilken typ av journalistisk text begreppet populism förekom i. Kodningen följde tidningarnas egna kategoriseringar, såsom nyhetsartikel, ledare, debatt/insändare, krönika eller kulturtext. När en text rubricerades som exempelvis en krönika kodades den därefter. Om ingen tydlig kategori angavs av tidningen eller kunde identifieras visuellt, kodades texten som nyhetsartikel.

Variabeln *avsändare* avsåg vem som använde begreppet populism i texten. Om begreppet användes av skribenten själv kodades avsändaren som journalist. Om begreppet förekom i ett citat kodades avsändaren efter den person som uttalade sig såsom politiker eller expert. Exempelvis: "I sitt tal kallade Magdalena Andersson motståndarnas förslag för billig populism". I ett sådant exempel har personen som skrivit texten återgett ett citat. Vid indirekta återgivning, där skribenten sammanfattade någon annans uttalande utan direkt citat, kodades den ursprungliga aktören som avsändare. Om avsändaren inte kunde identifieras kodades variabeln som annan eller ej identifierbar.

*Mottagare* angav vilken aktör eller grupp som begreppet populism tillskrevs. Kodningen baserades på den aktör som tydligast och mest explicit kopplades till begreppet, antingen i citat eller i journalistens egen formulering. Detta kunde exempelvis vara svenska eller internationella partier eller politiska företrädare, organisationer, medieaktörer eller civilsamhället. Om flera aktörer nämndes i samma mening kodades den aktör som hade den tydligaste kopplingen till själva populismbegreppet. Till exempel: "Statsministern varnade för att Viktor Orbán är en populist". I det exemplet kopplas begreppet populism tydligt till Viktor Orbán, en politisk aktör som är internationellt etablerad.

Variabeln *kön* användes för att koda om begreppet populism tillskrevs en man, en kvinna eller om kön inte kunde identifieras. Kodning som man eller kvinna gjordes endast när en specifik namngiven individ eller en tydligt könad grupp angavs. I de fall där begreppet användes generellt, exempelvis om ett parti, ett förslag eller en anonym grupp, kodades kön som ej identifierbart eller båda könen.

### 5.4.3 Pilotstudie

För att säkerställa kodbokens relevans och tillförlitlighet och därmed kunna uppnå studiens avsiktliga syfte genomfördes en pilotstudie innan huvudkodningen påbörjades. Intentionen var att upptäcka eventuella oklarheter i variabeldefinitioner och kodningsanvisningar, så att variablerna i möjligaste mån skulle mäta det de avsåg att mäta och därigenom stärka både validitet och reliabilitet (Bryman, 2018). Pilotstudien omfattade 50 tidningsartiklar i print, vilket motsvarade ungefär 10% av studiens totala antal tänkta analysenheter. 25 av artiklarna var från DN och resterande 25 artiklar var hämtade från SvD. Urvalet gjordes slumpmässigt ur totalpopulationen för varje tidning. Pilotstudien kodades av två oberoende kodare för att möjliggöra en korrekt prövning av kodbokens tillämpbarhet för den primära studien, vilket är i enlighet med etablerad praxis för test av interkodarreliabilitet (Mao, 2017). Interkodarreliabiliteten beräknades med Holstis metod som är en av de mest använda metoderna inom kvantitativ innehållsanalys (Mao, 2017). I pilotstudien kodades varje artikel genom fem olika tolkningsvariabler. Även fyra kontextuella variabler förekom, men dessa innehöll konkreta data, såsom datum och ID-nummer, vilket därmed ej tillämpades som ett kodningsbeslut för att räkna ut interkodarreliabiliteten. Totalt gjordes 250 kodningsbeslut per kodare (50 artiklar gånger 5 variabler). Av dessa var 235 överensstämmande mellan kodarna, vilket enligt Holstis formel motsvarar en interkodarreliabilitet på 94 procent. Detta låg tydligt över den ofta rekommenderade gränsen på 80 procent (Mao, 2017) och indikerade i och med detta en hög grad av reliabilitet i kodningen.

## 5.5 Operationalisering

Med utgångspunkt i studiens teoretiska ramverk, där populism förstås som ett mångtydigt och ideologiskt brett begrepp vars konnotation kontextualiseras genom mångtydigt, diskursivt i medier, operationaliserades populism i denna studie genom förekomsten av ordstammen ”populis” (exempelvis: *populism*, *populist*, *populistisk*, *populistiska*, *populister*, *populistiskt*, *populistparti*, *högerpopulism*, *vänsterpopulism*, *etcetera*). Förekomsten av något av dessa ord i artikelns brödtext, ingress eller rubrik utgjorde således studiens kodningsenhet. Detta angreppssätt innebar att inga subjektiva bedömningar gjordes av hurvida en formulering eller ett uttalande kunde betraktas som populistiskt, vilket annars hade krävt omfattande tolkningar och mer komplexa operationaliseringar av vad som faktiskt ska räknas som populism. Endast det faktiska språkbruket där populismbegreppet förekom registrerades. Därmed fungerade begreppets förekomst som en tydlig gränsdragning, vilket även kan relateras med studiens syfte och frågeställningar som utgår från begreppsanvändningen av populism inom journalistisk rapportering. Valet av en strikt språklig operationalisering motiveras av följande skäl. Hög interkodarreliabilitet, eftersom kodningen blir mindre beroende av tolkning och tydlig avgränsning av materialet vilket underlättar replikation, samt god möjlighet att besvara studiens forskningsfrågor och syfte om hur begreppet populism kontextualiseras och gestaltas i svensk dagspress. Denna typ av språklig operationalisering låg i linje med studiens teoretiska utgångspunkt, där populism förstås som ett diskursivt och kontextuellt begrepp vars betydelse formas i mediala kontexter (Andersson, 2010). I stället för att fastställa hurvida aktörer eller utsagor är populistiska i sak, möjliggjorde operationaliseringen en analys av hur begreppet kontextualiseras och gestaltats inom nyhetsjournalistik. Genom att analysera innehåll i form av ordstammen ”populis” skapas

förutsättningar för en hög grad av transparens och reliabilitet i kodningen, samtidigt som studien fångar hur populism fungerar som ett analytiskt och värdeladdat begrepp inom journalistik. En medveten begränsning är att fall där populistiska uttryck eller retorik förekommer utan att ordet "populism" nämns, detta var ett medvetet metodval, där kodningssäkerhet prioriterades framför en mer tolkande ansats. Denna operationalisering ligger sedan till grund för den efterföljande kodningen med de variabler som presenteras i avsnitt 5.4 och i kodmanualen (bilaga 1).

### 5.5.1 Analysenhet

Analysenheten i studien var den enskilda artikeln i print där ordstammen "populis" förekom minst en gång i brödtexten, ingressen eller rubriken. Varje artikel kodades endast en gång, oavsett hur många gånger begreppet populism eller liknande förekom i en och samma artikel. Vid flera förekomster av ordstammen "populis" inom samma artikel, kodades en sammanfattad bedömning av den mest dominerande användningen av begreppet, i enlighet med kodmanualens prioriteringsregler (bilaga 1). Detta byter att kodningen baserades på den användning av begreppet som framstod som mest central för artikelns övergripande innehåll. Exempelvis kodades en artikel som högerideologisk om den dominerande användningen av begreppet populism skedde i en högerideologisk kontext, såsom genom formuleringen "högerpopulistisk". Detta gäller även om begreppet vid enstaka tillfällen förekom i ett mer neutralt eller beskrivande sammanhang. På motsvarande sätt kodades en artikel som "allmän/icke-ideologisk" om begreppets dominerande användning skedde i ett icke-ideologiskt eller politiskt neutralt sammanhang, även om mindre framträdande ideologiska formuleringar förekom i texten. Detta tillvägagångssätt valdes för att skapa ett mer hanterbart och analytiskt konsekvent datamaterial. Det slutgiltiga urvalet bestod av totalt 497 artiklar, (246 från SvD och 251 från DN), vilket utgör studiens samtliga analysenheter.

### 5.6 Generaliserbarhet

Studiens generaliserbarhet är begränsad då det empiriska materialet enbart består av tidningsartiklar från Dagens Nyheter (DN) och Svenska Dagbladet (SvD) under en specifik tidsperiod. Resultaten bör därför förstås som kontextbundna och speglar främst hur begreppet populism gestaltas inom dessa två rikstäckande morgontidningar vid den aktuella tidpunkten. Det innebär att resultaten inte kan utan vidare analys överföras till andra typer av medier, såsom kvällstidningar, regional press, digitala nyhetsplattformar eller sociala medier, där journalistiska normer, publikrelationer och genrer kan skilja sig åt. Vidare kan förändringar i det politiska klimatet, medielogiken eller samhällsdebatten över tid påverka hur populism definieras och används i journalistiska sammanhang. Detta innebär att studiens resultat inte nödvändigtvis är giltiga för andra tidsperioder, varken historiskt eller framåt i tid. Generaliserbarheten begränsas därmed både av urvalet och av den tidsmässiga kontexten. Samtidigt kan studien bidra med analytiska insikter som har relevans bortom det specifika materialet. Genom att identifiera återkommande mönster, strategier och eventuella skillnader i användningen av begreppet populism, kan resultaten fungera som en utgångspunkt för jämförande studier eller vidare forskning. Studien kan därmed erbjuda en form av teoretisk generaliserbarhet i form av begreppslika och analytiska perspektiv som kan tillämpas i andra studier av journalistik och populism i svensk media. Förhoppningen är att denna studie kan bidra till att underlätta framtida forskning genom att synliggöra hur populism konstrueras och används i journalistiska sammanhang. Eftersom populism är ett begrepp som är mångtydigt, föränderligt och starkt kopplat till samtidens politiska och mediala kontexter, är det relevant att även fortsättningsvis undersöka hur begreppet används, tolkas och tillskrivs olika aktörer över tid. Sådana studier kan bidra till en fortsatt fördjupad förståelse av journalistikens roll i

formandet av politiska begrepp och etikettering, samt hur dessa processer påverkar demokratisk debatt och representation i samhället.

## 5.7 Studiens validitet

Studiens validitet handlar främst om hur väl studiens metod faktiskt undersöker det som studien säger sig undersöka (Bryman, 2018). I denna studie där populism definieras genom förekomsten av begreppet fokuserar studien på den språkliga användningen inom journalistik, snarare än på en normativ bedömning huruvida aktörer eller utsagor kan klassificeras som populistiska i sak. Denna språkliga avgränsade operationalisering medför en begränsning i den mening att populistiska uttryck eller strategier som förekommer utan explicit begreppsanvändning inte inkluderas i analysen. Samtidigt stärker detta angreppssätt studiens validitet i relation till syftet, då studien avser att analysera hur populism som begrepp kontextualiseras och gestaltas inom svensk nyhetsjournalistik. Genom användning av tydliga kodningsregler, en detaljerad kodmanual samt en genomförd pilotstudie med hög interkodarreliabilitet har studien eftersträvat att säkerställa att de valda variablerna mäter materialet på ett konsekvent och transparent sätt. Sammantaget indikerar detta att studien visar god validitet i förhållande till forskningsfrågorna, samtidigt som metodologiska begränsningar redovisas öppet. Efter att cirka en tredjedel av materialinsamlingen hade genomförts, gjordes en mellanliggande kontroll av interkodarreliabiliteten (Krippendorff, 2018). Resultatet uppgick till 92 procent enligt Holstis formel (Mao, 2017), vilket indikerar en hög grad av överensstämmelse mellan kodarna och därmed en sannolikt hög reliabilitet under den fortsatta kodningsprocessen. Denna kontroll genomfördes för att kvalitetssäkra kodningsprocessen under den mer omfattande primära kodningen samt för att verifiera kodmanualens tydlighet och tillämpbarhet på ett större material, vilket sammantaget stärker studiens validitet.

## 5.8 Metodkritik

Den kvantitativa innehållsanalysen ger en tydlig och systematisk överblick kring hur populismbegreppet används i svenska nyhetsartiklar, men metoden innehöll samtidigt flera begränsningar. En grundläggande begränsning i studien rör avgränsningen till enbart explicit begreppsanvändning. Analysen omfattade således inte populistiska uttryck eller populistisk retorik som förekommer om inte begreppet *populism* explicit används, vilket innebär en uppenbar empirisk avgränsning. Samtidigt kan denna begränsning ses som ett medvetet metodval som bidrog till ökad analytisk precision, då fokus på begreppets faktiska förekomst minskade risken för subjektiva tolkningar i kodningsprocessen. Vidare återfanns ytterligare begränsningar i analysen som bygger på de fasta kodningskategorierna som reducerade komplexa texter till strukturerade kodningsvariabler, vilket gör att mer nyanserade betydelser och retoriska dimensioner inte fångas. Detta innebär att resultatet främst visar hur och i vilka sammanhang begreppet populism används, men inte en djupare analys av den språkliga bakomliggande funktionen eller vidare analys av potentiella värdeladdningar. En annan begränsning är att vissa variabler, exempelvis identifiering av aktörer och klassificering av populismtyp, kan innebära viss grad av tolkningsmoment. Även med en kodningsmanual och pilotkodning finns en risk för variation mellan kodare, vilket kan påverka interkodarreliabiliteten. Det finns även anledning att se kritiskt på kodningen av ideologisk inramning i termer av höger och vänster. Denna uppdelning riskerar att förenkla politiska positioner som i praktiken kan vara mer sammansatta eller föränderliga, särskilt när det gäller populistiska aktörer som ofta kombinerar olika ideologiska inslag. Därmed kan viss ideologisk komplexitet gått förlorad i analysen. Kategoriseringen av aktörstyper kan likaså problematiseras. De relativt breda kategorierna underlättade kodningsprocessen och bidrog till hög reliabilitet, men begränsade samtidigt möjligheten att urskilja mer specifikt definierade skillnader mellan olika aktörstyper. En mer detaljerad kategorisering hade kunnat synliggöra ytterligare variationer, men hade

också inneburit ökad kodningskomplexitet. Datainsamlingen via Retriever medförde också mindre metodproblem. Databasen genererade ibland korta texter som liknade legitima artiklar, men som endast var en rubrik till en förstasida, vilket krävde manuell bortsortering. Avslutningsvis går det även att föra kritik gällande att studien endast omfattar två rikstäckande dagstidningar, vilket begränsar generaliserbarheten till endast två tidningar. Resultaten kan därför inte appliceras direkt på svensk nyhetsjournalistik i stort eller på andra medieformer såsom radio, tv eller sociala medier. Trots dessa begränsningar ger metoden en adekvat grund för att systematiskt kartlägga hur begreppet populism kontextualiseras och gestaltas i åtminstone två rikstäckande och tongivande svenska tidningar under den valda tidsperioden.

## 6 Resultat och analys

Detta kapitel redovisar resultaten från den kvantitativa innehållsanalysen av 497 artiklar publicerade i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet under perioden 2020–2024, i vilka begreppet populism förekommer. Resultaten presenteras genom en redovisning av studiens analysvariabler och illustreras med tabeller och figurer som visar frekvenser, procentuella fördelningar och jämförelser mellan tidningarna. Resultatkapitlet är strukturerat efter studiens forskningsfrågor och redovisar först fördelningar inom det samlade materialet, följt av en jämförande analys mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. Redovisningen avser uteslutande det analyserade materialet och möjliggör därmed endast slutsatser om användningen av begreppet populism i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. Kortare tolkningar görs i direkt anslutning till resultaten i relation till studiens teoretiska ramverk, medan mer övergripande diskussion och slutsatser behandlas i kapitel 7.

### 6.1 Översikt av studiens analysenheter och material

För att underlätta förståelsen av studiens empiriska material inleds resultatredovisningen med en övergripande översikt av materialets sammansättning. Denna översikt syftar till att ge en tydlig bild av hur det analyserade materialet fördelar sig över tidsperioden och mellan de två undersökta tidningarna.

**Figur 1:** Tabell 1. Fördelning av analyserade artiklar per år och tidning, 2020–2024 (N = 497)

År	SvD (n)	DN (n)	Totalt (n)	Andel av total (%)
2020	49	56	105	21,1
2021	50	54	104	20,9
2022	48	47	95	19,1
2023	42	42	84	16,9
2024	57	52	109	21,9
<b>Totalt</b>	<b>246</b>	<b>251</b>	<b>497</b>	<b>100</b>

*Procent avrundade till en decimal.*

Tabell 1 (figur 1) visar fördelningen av de analyserade artiklarna per år och tidning under perioden 2020–2024. Det totala materialet består av 497 artiklar, varav 246 publicerades i Svenska Dagbladet och 251 i Dagens Nyheter. Fördelningen mellan tidningarna är därmed relativt jämn. Materialet är även förhållandevis jämnt spritt över tidsperioden, även om vissa mindre variationer förekommer mellan tidningarna och enskilda år. Det minsta antalet analysenheter återfinns under år 2023, då både SvD och DN hade 42 artiklar vardera, vilket motsvarar den lägsta totala andelen för ett enskilt år (16,9 procent). Sammantaget utgör

materialets fördelning över tid och mellan tidningar en stabil grund för jämförelser mellan olika variabler, utan att något enskilt år eller tidning dominerar urvalet allt för mycket.

## 6.2 Texttyper där begreppet förekommer

I detta avsnitt redovisas hur begreppet populism fördelar sig mellan olika journalistiska texttyper i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. Fokus ligger på att jämföra nyhetsjournalistik med textgenrer där värderande och tolkande inslag är mer etablerade och förväntade, såsom ledare, debatt- och insändartexter, krönikor och kulturtexter (Thornborrow et al., 2021). Därefter analyseras och tolkas resultatet kortfattat i en strikt förbindelse med studiens teoretiska ramverk.

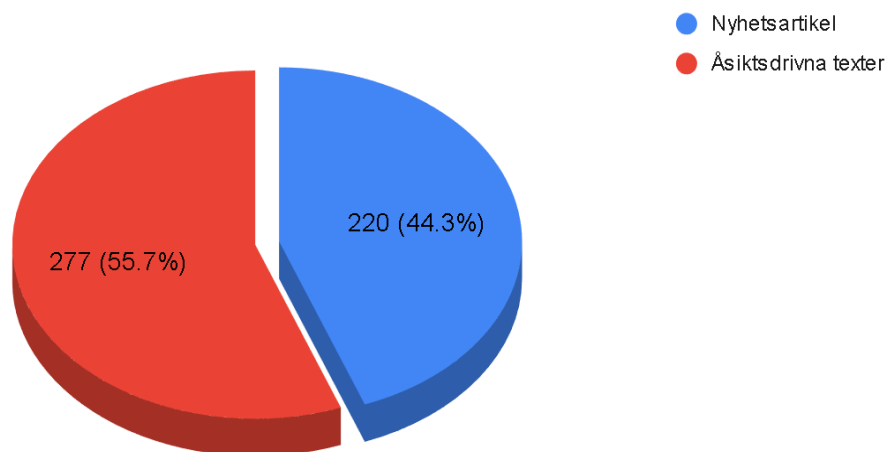
**Figur 2:** Tabell 2. Fördelning av texttyper där begreppet populism förekommer i DN och SvD, 2020–2024 (N = 497)

Texttyp	SvD n (%)	DN n (%)	Totalt (n)
Nyhetsartikel	106 (43,1)	114 (45,4)	220
Ledare	43 (17,5)	59 (23,5)	102
Debatt/insändare	13 (5,3)	26 (10,4)	39
Krönika	10 (4,1)	7 (2,8)	17
Kultur	74 (30,1)	45 (17,9)	119
<b>Totalt</b>	<b>246 (100)</b>	<b>251 (100)</b>	<b>497</b>

*Radprocent inom respektive tidning. Procent avrundade till en decimal.*

Tabell 2 (figur 2) visar fördelningen av texttyper där begreppet populism förekommer i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet under perioden 2020–2024. Nyhetsartiklar utgör den största andelen i båda tidningarna och står för 43,1 procent av materialet i SvD och 45,4 procent i DN. Ledare förekommer oftare i DN än i SvD, medan kulturtexter utgör en betydligt större andel i SvD. Debattartiklar och krönikor förekommer i mer begränsad omfattning i båda tidningarna. Sammantaget visar resultaten att populismbegreppet främst förekommer i nyhetsartiklar, men också i flera olika journalistiska genrer. Men totalt återkommer begreppet i högre utsträckning inom texttyper med en mer förväntad åsiktsdriven journalistik, vilket betyder att ledarartiklar, debatt- och insändartexter, krönikor samt kulturtexter tillsammans utgör en majoritet av materialet. Totalt i båda tidningarna utgör kulturtexter 23,9 procent och ledarartiklar 20,5 procent, medan debatt- och insändartexter samt krönikor förekommer i mindre omfattning. Således utgör texttyper med tydligare inslag av åsiktsdriven journalistik 55,7 procent av det totala antalet analyserade artiklar

**Figur 3:** Diagram 1. Andel nyhetsartiklar respektive åsiktsdrivna texter där begreppet populism förekommer (N = 497)



*Åsiktsdrivna texter inkluderar ledare, debatt- och insändartexter, krönikor samt kulturtexter.*

Diagram 1 (figur 3) visar en aggregerad fördelning av texttyper i det analyserade materialet, där artiklar från Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet redovisas sammantaget. I diagrammet särskiljs nyhetsartiklar från övriga texttyper, vilka här har aggregerats till en gemensam kategori av åsiktsdrivna texter. Denna kategori omfattar ledare, debatt- och insändartexter, krönikor samt kulturtexter. Resultatet visar att nyhetsartiklar utgör 44,3 procent av materialet, medan de åsiktsdrivna texttyperna tillsammans utgör en majoritet om 55,7 procent.

### 6.2.1 Nyhetsartiklar och åsiktstexter

Sammantaget visar resultaten att begreppet populism förekommer frekvent i både nyhetsartiklar och mer åsiktsdrivna texttyper, men att en majoritet av användningen återfinns i genrer där tolkning, värdering och analys är mer accepterat (Thornborrow et al., 2021). Denna frekvensindelning kan tolkas med hänsyn till studiens teoretiska bakgrund som visar att populism ofta påträffas i journalistiska sammanhang där skribenten ges större utrymme att tolka och positionera olika aktörer, såsom i ledartexter och andra opinionstexter (Thornborrow et al., 2021; Krämer, 2014). Parallellt visar dock resultatet att begreppet populism förekommer i en betydande andel nyhetsartiklar (44,3 procent), vilket indikerar att populism inte enbart används som ett normativt eller opinionsdrivande begrepp, utan begreppet figurerar likaså inom flera andra typer av texter. Ett sådant mönster har uppmärksammats i tidigare forskning, där populistiska begrepp och uttryck visat sig förekomma även inom nyhetsartiklar, snarare än enbart i värderande eller opinionsdrivande texter (Tóth et al., 2024). Detta resultat kan tolkas och analyseras vidare i relation till teorier om journalistisk gestaltning och inramning, enligt vilka även till synes neutrala nyhetstexter bör präglas av inramningar som påverkar publikens förståelse av rapporteringen (Entman, 1993; Shehata, 2024).

### 6.3 Vem använder begreppet

I detta segment redovisas vem som använder begreppet populism i det analyserade materialet. Med avsändare avses den aktör som explicit använder begreppet i artikeln, antingen genom journalistens egen framställning, en parafra av en aktörs uttalande eller genom direkt citerade utsagor. Intentionen är att synliggöra vilka aktörer som i praktiken står för begreppsanvändningen samt att identifiera eventuella mönster i hur populism begreppet introduceras i journalistiska texter. Datan presenteras som en frekvensfördelning över olika avsändarkategorier, följt av en resultatgenomgång med sammanhängande analys och tolkning efter studiens teoretiska underlag.

**Figur 4:** Tabell 3. Avsändare av begreppet populism i DN och SvD, 2020–2024 (N = 497)

Avsändare	SvD n (%)	DN n (%)	Totalt n (%)
Journalist	137 (55,7)	182 (72,5)	319 (64,2)
Politiker	25 (10,2)	15 (6,0)	40 (8,0)
Expert	33 (13,4)	15 (6,0)	48 (9,7)
Annan / ej identifierbar	51 (20,7)	39 (15,5)	90 (18,1)
<b>Totalt</b>	<b>246 (100)</b>	<b>251 (100)</b>	<b>497 (100)</b>

*Radprocent inom respektive tidning. Totalprocent beräknade på hela materialet. Procent avrundade till en decimal.*

Tabell 3 (figur 4) visar fördelningen av avsändare som använder begreppet populism i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet under perioden 2020–2024. Journalister utgör den dominerande avsändarkategorin i båda tidningarna och står sammantaget för 64,2 procent av användningen. Andelen är särskilt hög i DN, där journalister står för 72,5 procent, jämfört med 55,7 procent i SvD. Politiker och experter förekommer i mer begränsad omfattning i båda tidningarna, men utgör tillsammans nära en femtedel av det totala materialet. Kategorin annan eller ej identifierbar avsändare utgör 18,1 procent av det totala materialet och förekommer något oftare i SvD än i DN. Sammantaget visar resultaten att begreppet populism i huvudsak används av journalister själva, snarare än genom uttalanden från externa aktörer.

#### 6.3.1 Primärt journalister

Resultatet indikerar därmed att begreppet populism främst fungerar som en journalistisk benämning snarare än som ett begrepp som i första hand används av utomstående aktörer. Detta mönster kan relateras till tidigare forskning som visat att populism i medier ofta används som ett analytiskt eller beskrivande begrepp i den journalistiska framställningen, där olika aktörer kategoriseras och tolkas av medierna, snarare än att begreppet förekommer som ett självbeskrivande uttryck från de aktörer som tillskrivs populism (Mjelde & Hovden, 2019; Tóth et al., 2024). Resultatet kan även tolkas med bakgrund till tidigare teorier och forskning om medielogik och mediepopulism som uppmärksammar mediernas betydelse för hur populistiska uttryck ges utrymme och gestaltas i journalistiska texter (Andersson, 2010; Krämer, 2014; Mazzoleni, 2008). Sammanfattningsvis, i enlighet med denna studies resultat, antyder detta att populismbegreppet i första hand kommer till

genom den egenkonstruerade texten, och resultatet indikerar därmed att populism i materialet främst fungerar som en journalistisk tolkningsram, snarare än som ett begrepp som i första hand artikuleras av andra aktörer. Den relativt stora andelen artiklar (18,1 procent) där avsändaren klassificerats som annan eller ej identifierbar kan förklaras genom att begreppet i vissa fall förekommer i mer allmänt refererande sammanhang, där ingen tydlig enskild avsändare explicit kan tillskrivas användningen.

## 6.4 Vilka aktörer tillskrivs begreppet

I denna del av resultatet redovisas vilka aktörer som tillskrivs och kopplas till begreppet populism. Med aktör avses här den individ, grupp eller organisation som i en enskild artikel associeras med begreppet. Detta avsnitt fokuserar på att klarlägga vilka olika aktörstyper som i störst utsträckning associeras med begreppet populism samt hur dessa fördelar sig inom materialet. Resultaten sätts därefter i ett sammanhang genom en kort analys och tolkning med utgångspunkt i studiens teoretiska bakgrund. Datan presenteras som en frekvenstabell, vilket visar DN, SvD och totalt, sedan redovisas korstabuleringar av det totala materialet över olika typer av aktörer och dess könstillhörighet. Mer detaljerade jämförelser mellan tidningarna tas upp senare under punkt 6.6.

**Figur 5:** Tabell 4. Mottagare som tillskrivs begreppet populism i DN och SvD, 2020–2024 (N = 497)

Mottagare	SvD n (%)	DN n (%)	Totalt n (%)
Svenska partier/företrädare	24 (9,8)	53 (21,1)	77 (15,5)
Internationella partier/företrädare	121 (49,2)	124 (49,4)	245 (49,3)
Rörelse/organisation	4 (1,6)	2 (0,8)	6 (1,2)
Medieaktör/opinionsbildare	18 (7,3)	28 (11,2)	46 (9,3)
Civilsamhälle/folket	79 (32,1)	44 (17,5)	123 (24,7)
<b>Totalt</b>	<b>246 (100)</b>	<b>251 (100)</b>	<b>497 (100)</b>

*Radprocent inom respektive tidning. Totalprocent beräknade på hela materialet. Procent avrundade till en decimal.*

Tabell 4 (figur 5) visar fördelningen av mottagare som tillskrivs begreppet populism i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet under perioden 2020–2024. Internationella partier och företrädare utgör den största kategorin i båda tidningarna och står för närmare hälften av materialet i såväl SvD som DN. Tydliga skillnader framträder däremot när det gäller svenska politiska aktörer och civilsamhälleliga aktörer. I DN tillskrivs populism i högre utsträckning svenska partier och företrädare, medan SvD oftare kopplar begreppet till civilsamhället, folket eller andra mer allmänt definierade aktörer. Medieaktörer och opinionsbildare förekommer i något större utsträckning i DN, medan politiska rörelser och organisationer utgör en mycket liten andel i båda tidningarna.

**Figur 6:** Diagram 2. Könstillhörighet hos aktörer som tillskrivs begreppet populism i SvD och DN, 2020 – 2024 (N = 497)

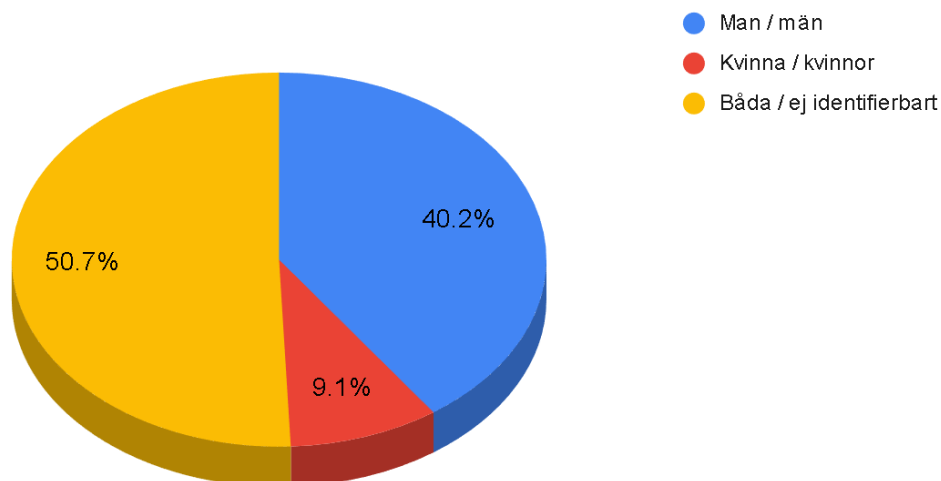


Diagram 2 (figur 6) visar den generella fördelningen av könstillhörighet hos de aktörer som kopplas till begreppet populism. Resultaten visar att manliga aktörer förekommer i 40,2 procent av artiklarna, medan kvinnliga aktörer förekommer i 9,1 procent av fallen. I över hälften av materialet (50,7 procent) rör det sig om aktörer där kön antingen inte är identifierbart eller där flera aktörer av olika kön förekommer samtidigt.

**Figur 7:** Tabell 5. Fördelning av kön bland enskilda aktörstyper som tillskrivs populism (N = 497)

Aktörstyp	Man (%)	Kvinna (%)	Båda/ej identifierbar (%)	Totalt (n)
Svenska partier/företrädare	17 (22,1)	11 (14,3)	49 (63,6)	77
Internationella partier/företrädare	141 (57,6)	22 (9,0)	82 (33,5)	245
Rörelse/organisation	1 (16,7)	1 (16,7)	4 (66,7)	6
Medieaktör/opinionsbildare	23 (50,0)	6 (13,0)	17 (37,0)	46
Civilsamhälle/folket	18 (14,6)	5 (4,1)	100 (81,3)	123
<b>Totalt</b>	<b>200</b>	<b>45</b>	<b>252</b>	<b>497</b>

*Radprocent inom respektive aktörstyp. Procent avrundade till en decimal.*

Tabell 5 (figur 7) visar fördelningen av könstillhörighet bland de aktörer som tillskrivs populism, uppdelat efter aktörstyp. Resultaten visar tydliga skillnader mellan svenska och internationella politiska aktörer. Bland internationella partier och företrädare dominerar manliga aktörer, som utgör 57,6 procent, medan kvinnor utgör 9,0 procent. Bland svenska partier och politiska företrädare är könsfördelningen mer jämn, även om kategorin båda eller ej identifierbar utgör den största andelen. Även inom kategorierna civilsamhälle eller folket och rörelser eller organisationer dominerar aktörer där kön inte är identifierbart eller där flera aktörer förekommer samtidigt.

#### **6.4.1 Internationella politiska aktörer**

Det samlade resultatet markerar att begreppet populism företrädesvis tillskrivs politiska aktörer som är både internationella och manliga. Den tydliga dominansen av internationella politiska partier och företrädare indikerar att populismbegreppet ofta förekommer genom exempel från andra internationella kontexter, snarare än genom inhemska politiska aktörer. Dessa samband kan exempelvis sättas i relation till Mudde och Kaltwasser (2017), som beskriver hur populism ofta förstås och diskuteras i ett internationellt sammanhang, samt till Mjelde och Hovden (2019), som påtalar specifikt att nordiska medier tenderar att gestalta populism som något som ofta sker "någon annanstans", vilket ävenså detta resultat i hög mån indikerar. Vidare visar resultaten att manliga aktörer dominerar klart och tydligt bland de aktörer där kön går att entydigt fastställa, och än tydligare blir de inom kategorin internationella politiska företrädare (57.6 procent). Denna företeelse gällande kön och politiska företrädare, kan tolkas utifrån Anderssons (2010) resonemang och forskning om populism, medielogik och politisk gestaltning, där han understryker att medias rapportering om populism i regel präglas av personifiering, dramaturgiska inslag och fokus på individuella politiska ledare. Därjämte menar Andersson (2010) mot en bakgrund av att politiskt ledarskap historiskt sett i hög grad har varit mansdominerat, att manliga aktörer blir mer framträdande i rapporteringen när det gäller populism. Fördelningen av aktörstyper kan även tolkas utifrån gestaltningsteorin, där detta resultat i synnerhet indikerar att begreppet inte enbart används för att beskriva politiska idéer eller rörelser i stort, utan framförallt knyts till specifika typer av aktörer genom den egna journalistiska inramningen (Entman, 1993; Shehata, 2024; von Sikorski & Matthes, 2020).

#### **6.5 Ideologisk inramning**

Begreppet populism används i materialet med olika ideologiska innebörder och i denna följande punkt redovisas hur populism ideologiskt inramas i artiklarna. Varje enskild artikel är kategoriserad efter om begreppet kan kopplas till högerpopulism, vänsterpopulism eller om begreppet används i en mer icke-ideologisk eller allmän bemärkelse. Resultaten presenteras i form av en frekvenstabell, visuella sammanställningar mellan flera variabler och kompletteras därefter med en sammanfattande tolkning och analys med utgångspunkt i studiens teoretiska bakgrund.

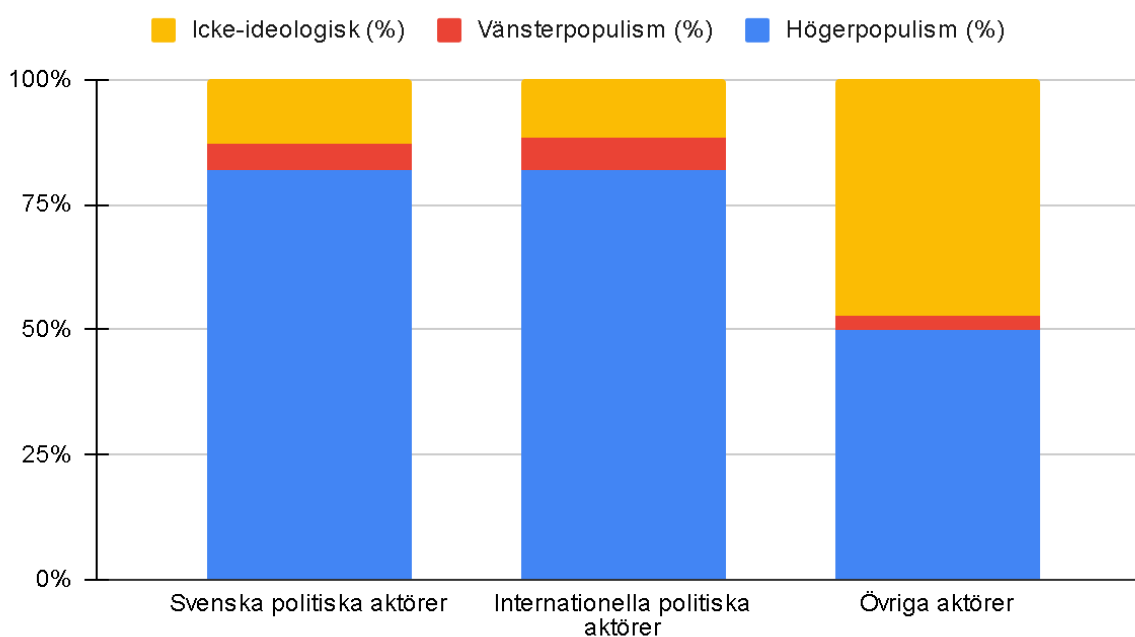
**Figur 8:** Tabell 6. Ideologisk inramning av begreppet populism i DN och SvD, 2020–2024 (N = 497)

Ideologisk inramning	SvD n (%)	DN n (%)	Totalt n (%)
Högerpopulism	152 (61,8)	198 (78,9)	350 (70,4)
Vänsterpopulism	10 (4,1)	13 (5,2)	23 (4,6)
Icke-ideologisk/allmän	84 (34,1)	40 (15,9)	124 (25,0)
<b>Totalt</b>	<b>246 (100)</b>	<b>251 (100)</b>	<b>497 (100)</b>

*Radprocent inom respektive tidning. Totalprocent beräknade på hela materialet. Procent avrundade till en decimal.*

Tabell 6 (figur 8) visar den ideologiska inramningen av begreppet populism i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet under perioden 2020–2024. Högerpopulistisk inramning dominerar i båda tidningarna och utgör den klart största kategorin, särskilt i DN där nästan fyra femtedelar av artiklarna inramas som högerpopulistiska. I SvD förekommer däremot i större utsträckning en icke-ideologisk eller allmän användning av begreppet, som utgör drygt en tredjedel av materialet. Vänsterpopulistisk inramning förekommer i begränsad omfattning i båda tidningarna och uppvisar endast små skillnader mellan dem. Sammantaget visar resultaten att populism i huvudsak kopplas till högerideologiska sammanhang, men att graden av ideologisk tydlighet varierar mellan tidningarna.

**Figur 9:** Diagram 3. Ideologisk inramning av populism efter aktörstyp i det samlade materialet från DN och SvD, 2020–2024 (N = 497)



*Aktörstyperna har aggregerats. Övriga aktörer inkluderar civilsamhälle/folket, medieaktörer/opinionsbildare samt rörelser och organisationer.*

Diagram 3 (figur 9) visar att högerpopulistisk inramning dominerar ännu tydligare när populism kopplas till politiska aktörer, där 81,8 procent av svenska politiska aktörer och 82,0 procent av internationella politiska aktörer inramas som högerpopulistiska. När begreppet istället tillskrivs övriga aktörer är icke-ideologisk eller allmän användning vanligare och utgör 47,3 procent, medan högerpopulistisk inramning uppgår till 49,1 procent. Vänsterpopulistisk inramning förekommer genomgående i mycket begränsad omfattning och utgör en marginell andel inom samtliga aktörskategorier.

### **6.5.1 Högerideologisk inramning**

Den tydliga dominansen av högerpopulistisk inramning kan relateras till hur populism inom både teoretisk och empirisk forskning ofta operationaliseras och diskuteras i nära relation till högerorienterade politiska aktörer och rörelser, särskilt i europeiska och nordiska sammanhang (Herkman & Jungar, 2023; Holt et al., 2025; Mjelde & Hovden, 2019; Mudde & Kaltwasser, 2017). Tidigare forskning har dessutom visat att populism i medier ofta associeras med nationalistiska, auktoritära eller invandringskritiska positioner, vilket kan jämföras med att högerpopulism framträder som den mest dominerande formen även i detta empiriska resultat (Herkman & Jungar, 2023; March, 2017; Mjelde & Hovden, 2019). Parallellt visar resultatet att en betydande andel (25,0 procent) icke-ideologisk inramning av begreppet populism förekommer, vilket betyder att begreppet inte enbart används som en strikt ideologisk vänster–högermarkör, utan även fungerar som ett mer allmänt eller beskrivande begrepp i journalistiska sammanhang. Detta styrks av tidigare teoretiska infallsvinklar som pekar på att populism ofta förekommer med varierande utgångspunkt och innebörd, beroende på flera faktorer (Andersson, 2010; Krämer, 2014; Mudde & Kaltwasser, 2017). Den begränsade förekomsten av vänsterpopulistisk inramning indikerar att populism i materialet i liten utsträckning används för att beskriva vänsterorienterade politiska aktörer, vilket överensstämmer med tidigare forskning som visat att populism i mediala sammanhang oftare associeras med högerorienterade aktörer, medan vänsterpopulistiska uttryck framträder mer sällan i den generella mediediskursen (March, 2017; Mjelde & Hovden, 2019). Sammantaget tyder denna studies empiri på en tydlig indikation att begreppet populism huvudsakligen inramas ideologiskt som ett högerpopulistiskt fenomen, särskilt när politiska aktörer tillskrivs begreppet. Dock framträder en mer varierad användning när populism kopplas till andra typer av aktörer. Dessa strukturer kan vidare förstås mot bakgrund av hur populism i den teoretiska genomgången beskrivs som ett begrepp som är både mångtydigt och kontextberoende, men som i mediala sammanhang ofta kopplas till just högerorienterade politiska aktörer (Herkman & Jungar, 2023; Holt et al., 2025; Mjelde & Hovden, 2019; Mudde & Kaltwasser, 2017).

## **6.6 Jämförelse mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet**

Vid denna punkt görs en jämförelse mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet avseende hur begreppet populism används. Skillnader och likheter mellan tidningarna belyses med fokus på vilka aktörer som tillskrivs populism, vem som använder begreppet samt hur populism ideologiskt inramas. Övriga variabler uppvisade inga framstående eller konsekventa skillnader mellan tidningarna och redovisas därför inte närmare. Jämförelsen syftar till att synliggöra eventuella skillnader i journalistisk praktik och redaktionella värderingar mellan de två tidningarna. Frekvensfördelningen av analysenheter över tid per tidning redovisas i detalj under avsnitt 6.1 och kommer inte att repeteras under denna punkt.

### 6.6.1 Politiska aktörer dominerar

Nedan redovisas en jämförelse mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet avseende vilka aktörer som tillskrivs begreppet populism. Istället för en deskriptiv redovisning, som i tidigare avsnitt, presenteras här jämförelsen med särskilt fokus på procentuella skillnader mellan tidningarna, uttryckta i procentenheter.

**Figur 10:** Tabell 7. Skillnader i vilka aktörer som tillskrivs populism mellan DN och SvD, uttryckt i procentenheter, 2020–2024

Aktörstyp	SvD (%)	DN (%)	Skillnad DN–SvD (p.e.)
Svenska partier/företrädare	9,8	21,1	(+) 11,3
Internationella partier/företrädare	49,2	49,4	(+) 0,2
Rörelse/organisation	1,6	0,8	(-) 0,8
Medieaktör/opinionsbildare	7,3	11,2	(+) 3,9
Civilsamhälle/folket	32,1	17,5	(-) 14,6

*Plustecken och minustecken i parentes anger riktningen på skillnaden i procentenheter mellan DN och SvD. Procent avrundade till en decimal.*

Tabell 7 (figur 10) visar vissa skillnader mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet i vilka aktörer som kopplas till begreppet populism. Den största avvikelser återfinns i kategorin svenska partier och företrädare, där DN överstiger SvD med 11,3 procentenheter. Omvänt kopplas populism i betydligt högre grad till civilsamhället, folket eller andra allmänt definierade aktörer i SvD, som överstiger DN med 14,6 procentenheter. För internationella partier och företrädare är skillnaderna mellan tidningarna marginella, vilket indikerar en relativt samstämmig användning i denna kategori. Sammantaget visar jämförelsen att DN i högre grad kopplar populism till nationella politiska aktörer, medan SvD oftare relaterar begreppet till bredare samhälleliga aktörer.

### 6.6.2 Fler röster bakom begreppsanvändningen i SvD

Nedan redovisas en jämförelse mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet avseende fördelningen av avsändare som använder begreppet populism. Jämförelsen fokuserar på skillnader mellan tidningarna, uttryckta i procentenheter, uppdelat efter olika avsändarkategorier.

**Figur 11:** Tabell 8. Skillnader i avsändare mellan DN och SvD (procentenheter), 2020–2024

Avsändare	SvD (%)	DN (%)	Skillnad DN–SvD (p.e.)
Journalist	55,7	72,5	(+) <b>16.8</b>
Politiker	10,2	6,0	(–) <b>4.2</b>
Expert	13,4	6,0	(–) <b>7.4</b>
Annan / ej identifierbar	20,7	15,5	(–) <b>5.2</b>

*Plustecken och minustecken i parentes anger riktningen på skillnaden i procentenheter mellan DN och SvD. Procent avrundade till en decimal.*

Tabell 8 (figur 11) visar skillnader i användningen av begreppet populism mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet, uttryckt i procentenheter, med fokus på de mest framträdande avvikelserna mellan tidningarna. Till skillnad från tidigare avsnitt, där resultaten redovisats deskriptivt per tidning, fokuserar detta avsnitt på de mest framträdande skillnaderna mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. Jämförelsen visar att DN i betydligt högre utsträckning än SvD använder begreppet populism i journalistens egen röst, medan SvD oftare återger begreppet genom externa avsändare såsom experter och politiska aktörer. Den största skillnaden återfinns i kategorin journalist, där DN överstiger SvD med 16,8 procentenheter. Dessa skillnader indikerar skilda redaktionella mönster i hur begreppet populism introduceras och cirkulerar i texterna.

### 6.6.3 Tydligare högerideologisk förankring i DN

Nedan redovisas en jämförelse mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet avseende hur begreppet populism ideologiskt inramas i respektive tidning. Till skillnad från den deskriptiva redovisningen i tidigare avsnitt betonas här skillnader mellan tidningarna, uttryckta i procentenheter.

**Figur 12:** Tabell 9. Skillnader i ideologisk inramning av populism mellan DN och SvD, uttryckt i procentenheter, 2020–2024

Ideologisk inramning	SvD (%)	DN (%)	Skillnad DN–SvD (p.e.)
Högerpopulism	61,8	78,9	(+) <b>17,1</b>
Vänsterpopulism	4,1	5,2	(+) <b>1,1</b>
Icke-ideologisk / allmän	34,1	15,9	(–) <b>18,2</b>

*Plustecken och minustecken i parentes anger riktningen på skillnaden i procentenheter mellan DN och SvD. Procent avrundade till en decimal.*

Tabell 9 (figur 12) visar signifikanta skillnader mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet i den ideologiska inramningen av begreppet populism. En framträdande skillnad återfinns i kategorin högerpopulism, där DN överstiger SvD med 17,1 procentenheter. Omvänt uppvisar SvD en betydligt större andel icke-ideologisk eller allmän användning av begreppet, vilket innebär en skillnad på 18,2 procentenheter jämfört med DN. Skillnaderna i vänsterpopulistisk inramning är däremot marginella. Sammantaget indikerar resultaten att DN i högre grad än SvD ideologiskt ramar in populism som ett högerpopulistiskt fenomen, medan SvD oftare använder begreppet i en mer allmän eller mindre ideologiskt specificerad kontext.

#### 6.6.4 Övergripande jämförelse mellan DN och SvD

Sammantaget visar jämförelsen mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet på både tydliga likheter och vissa systematiska skillnader i hur begreppet populism används och gestaltas. I båda tidningarna framträder populism främst som ett begrepp som kopplas till politiska aktörer, särskilt internationella sådana, och som primärt inramas ideologiskt som högerpopulism. Jämförelsen tyder på en relativt samstämmig journalistisk användning, där begreppet populism i första hand förankras och gestaltas som ett politiskt epitet med en förhållandevis likartad referens även över redaktionella gränser. De signifikanta skillnader som framträder mellan tidningarna berör framförallt geografisk kontext, avsändare och ideologisk tydlighet. I Dagens Nyheter framträder en mer redaktionellt initierad begreppsanvändning, där populism i större utsträckning formuleras av journalisten själv och tydligare förankras i högerideologiska sammanhang. Detta kan indikera att DN använder begreppet utifrån en mer analytisk och normativt präglad utgångspunkt. Svenska Dagbladet uppvisar i jämförelse en mer återhållsam och indirekt användning, där begreppet i större utsträckning förmedlas genom externa röster, såsom politiker och experter, samt oftare används i en icke-ideologisk eller allmän bemärkelse. Vidare kopplas populism i SvD mer frekvent till diffust definierade aktörer, vilket kan tolkas som en bredare och mindre ideologiskt fixerad begreppsanvändning. Dessa skiljaktigheter blir således än mer intressanta i anknytning till teorier om medielogik och gestaltning, där journalistiska val kring vem som tillskrivs ett begrepp, hur tydligt det ideologiserats och i vilken kontext det placeras, kan bidra till att forma publikens tolkning av samhällsliga fenomen (Andersson, 2010; Entman, 1993; Krämer, 2014; Mazzoleni, 2008; Shehata, 2024). Jämförelsen påvisar därmed att även om DN och SvD delar övergripande mönster i användningen av populismbegreppet, skiljer sig tidningarna åt i graden av ideologisk tydlighet och på vilket sätt begreppet integreras i den journalistiska framställningen.

## 7 Diskussion och slutsats

I detta avslutande kapitel förs en samlad diskussion av studiens resultat med utgångspunkt i de forskningsfrågor som formulerats tidigare i uppsatsen. Kapitlet är strukturerat så att varje forskningsfråga behandlas för sig, där resultaten går igenom och diskuteras noggrant i relation till relevant teori och tidigare forskning. På så sätt blir det tydligt hur respektive forskningsfrågor besvaras. Kapitlet inleds med en grundlig ansats kring studiens syfte följt av varje enskild forskningsfråga och avslutas med en mer övergripande slutsats där de enskilda deldiskussionerna sammanställs och sätts i ett bredare sammanhang.

### 7.1 Inledande diskussion utifrån studiens syfte

Denna studie har haft som syfte att genom en kvantitativ innehållsanalys kartlägga förekomsten, fördelningen och användningen av begreppet populism inom svensk nyhetsjournalistik. Sammantaget visar resultaten att studiens syfte uppnås genom att begreppsanvändningen av populism kan redovisas och analyseras utifrån flera mätbara dimensioner. Genom analys av tryckta artiklar publicerade i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet under perioden 2020–2024 har studien undersökt hur begreppet populism fördelar sig mellan journalistiska texttyper, avsändare, tillskrivna aktörer och ideologiska inramningar, samt identifierat likheter och skillnader mellan de två tidningarna. Resultaten visar att begreppet populism förekommer frekvent och utgör en etablerad del av det journalistiska språket i det analyserade materialet. Begreppet återfinns i flera olika journalistiska sammanhang och förekommer såväl i nyhetsartiklar som i mer åsiktsdrivna texttyper, vilket indikerar att användningen inte är begränsad till en enskild genre. Vidare visar resultaten att begreppet i huvudsak används av journalister genom den egna formuleringen, snarare än genom uttalanden från externa aktörer. Detta mönster indikerar att populismbegreppet i stor utsträckning fungerar som ett journalistiskt kategoriserings- och tolkningsbegrepp även inom nyhetsrapporteringen. När det gäller vilka aktörer som tillskrivs begreppet populism framträder ett tydligt mönster där politiska aktörer, särskilt internationella sådana, dominerar materialet. Den ideologiska inramningen visar vidare att begreppet i majoriteten av fallen kopplas till högerideologiska sammanhang. Jämförelsen mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet visar överlag på stora likheter i fördelningen av dessa mönster, även om vissa systematiska skillnader mellan tidningarna kan identifieras. Sammanfattningsvis visar resultaten att populismbegreppet under den studerade perioden förekommer som en relativt stabil och etablerad journalistisk formulering i både Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. Samtidigt indikerar resultaten att variationer i användning och inramning kan relateras till redaktionella praktiker och journalistiska val. Dessa övergripande resultat besvarar studiens syfte och utgör en utgångspunkt för den mer detaljerade diskussionen av respektive forskningsfråga under följande punkter.

### 7.2 RQ1 Kontextualisering av begreppet

#### 7.2.1 a) Texttyper

Resultaten visar att begreppet populism förekommer inom flera olika journalistiska genrer och texttyper (figur 2). Begreppet återfinns inte enbart i texttyper där åsikter traditionellt framhävs, såsom ledartexter och debattartiklar, utan förekommer även i stor utsträckning i nyhetsartiklar. Fördelningen mellan nyhetsartiklar och mer åsiktsdrivna texttyper framstår i materialet som relativt jämn, vilket indikerar att användningen av populismbegreppet inte är begränsad till enskilda journalistiska genrer. Skillnaden mellan nyhetsartiklar och mer åsiktsdrivna texttyper framstår i studien som relativt marginell, vilket dock bör förstås i relation till den totala publiceringsvolymen inom respektive genre och tidning. Nyhetsartiklar utgör sannolikt en betydligt större andel av det totala material som

publiceras av dagstidningarna, vilket innebär att den marginella procentuella skillnaden mellan nyhetsartiklar och åsiktstexter bör tolkas med viss försiktighet. Möjligtvis kan förekomsten av begreppet inom åsiktsdrivna texter därmed framstå som proportionellt mer framträdande i relation till den faktiska andel som redovisas. Utan hänsyn till det totala antalet publicerade artiklar per texttyp utgör dock studiens analys i absoluta tal ett adekvat belägg för att förekomsten av populismbegreppet är vanlig även inom nyhetsartiklar och inte enbart inom mer åsiktsdriven journalistik. Denna genreöverskridande användning ligger i linje med tidigare forskning som visat att populism fungerar som ett retoriskt verktyg i opinions- och ledartexter (Thornborrow et al., 2021), men även förekommer i nyhetsbaserad journalistik där populistiska aktörer, uttryck eller ståndpunkter skildras (Tóth et al., 2024). Resultaten bidrar därmed till att nyansera bilden av populismbegreppets användning genom att visa att det inte enbart förekommer i texter med ett förväntat normativt eller argumenterande syfte. Med andra ord kan begreppet förstås dels som ett retoriskt och medvetet val inom åsiktsgenrer, dels som en beskrivning av populistiska företeelser och ståndpunkter i nyhetsrapporteringen.

Att begreppet i detta material förekommer frekvent i åsiktsdrivna genrer är därmed förenligt med hur populism tidigare beskrivits fungera inom opinionsjournalistik och ledartexter (Thornborrow et al., 2021). Men samtidigt bidrar den omfattande förekomsten i nyhetsartiklar, som denna studie uppvisar, till att nyansera bilden av hur begreppet även kan figurera i en bredare journalistisk kontext. I denna studie framstår användningen av begreppet inom nyhetsjournalistik inte som ett undantag, utan snarare som en indikator på att begreppet är väl integrerat i det journalistiska språket även i mer faktabaserad och neutral rapportering. Begreppets förekomst oavsett texttyp kan vidare förstås med stöd i teorier om journalistisk gestaltning. Enligt Shehata (2024) innebär journalistisk framställning alltid ett urval av olika perspektiv och språkliga val, vilket tillsammans bidrar till hur särskilda fenomen ramas in och uppfattas. Shehata (2024) påpekar att även nyhetsjournalistik, trots ideal om objektivitet och balans, formas genom språkliga och subjektiva val som påverkar publikens tolkning. Med stöd av gestaltningsteorin kan begreppets förekomst i såväl nyhetsartiklar som åsiktstexter ses som en del av den inramningsprocess som sker när journalister producerar och förmedlar information. Sammantaget visar resultaten att begreppet populism används flexibelt och kontextberoende i olika journalistiska texttyper. Förekomsten i både nyhetsjournalistik och mer åsiktsdrivna texter indikerar att begreppet kan fungera såväl deskriptivt som i mer värderande sammanhang, beroende på journalistiskt sammanhang. Detta bidrar till att besvara den första underfrågan i RQ1 genom att visa vilka journalistiska texttyper som innehåller begreppet populism i det analyserade materialet.

## 7.2.2 b) Avsändare

Ett framträdande resultat i studien är att begreppet populism i huvudsak används av journalister själva, snarare än av politiska aktörer eller andra samhällsrepresentanter. Denna tydliga fördelning indikerar att begreppet i stor utsträckning förekommer som en del av journalisternas egna språkbruk i det analyserade materialet. Resultaten visar därmed att användningen av begreppet i begränsad utsträckning sker genom citerade eller återgivna uttalanden från externa aktörer (figur 4). Att journalister dominerar i användningen av populismbegreppet kan förstås i relation till journalistikens professionella roll som förmedlare och tolkare av politiska fenomen. Tidigare forskning har visat att medier ofta använder begrepp som populism för att kategorisera, förenkla och göra komplexa politiska sammanhang mer begripliga för publiken (Andersson, 2010; Mjelde & Hovden, 2019; Tóth et al., 2024). I detta avseende framstår populismbenämningen inte enbart som en beskrivning av politiska idéer eller rörelser, utan även som ett journalistiskt verktyg för att rama in och strukturera politiska företeelser. Denna praktik kan vidare förstås med stöd i teorier om medielogik, där journalistiska urval och förenklingar bidrar till hur politiska

fenomen presenteras och uppfattas (Andersson, 2010; Krämer, 2014). Inom denna logik ges journalister en betydelsefull roll i att definiera vad som framstår som populistiskt och hur komplexa sammanhang görs tillgängliga för publiken. Användningen av begreppet populism kan därmed ses som en del av denna journalistiska urvals- och förenklingsprocess. Ur ett gestaltningsteoretiskt perspektiv innebär detta att begreppet populism fungerar som en inramning genom vilken journalister kan påverka vilka aktörer eller företeelser som associeras med begreppet (Goffman, 1974; Entman, 1993; Baden, 2019; Shehata, 2024). Studiens empiriska resultat (figur 4) visar sammantaget att begreppet populism främst förekommer i journalisters egna formuleringar, där en möjlig förklaring kan vara på grund av ett journalistiskt behov av att kategorisera och strukturera politiska ståndpunkter (Krämer, 2014; Tóth et al., 2024). Detta bidrar till att besvara den andra underfrågan i RQ1 genom att visa vilka avsändare som använder begreppet populism i det analyserade materialet.

## 7.3 RQ2 Gestaltningen av begreppet

### 7.3.1 a) Tillskrivna aktörer

När resultaten om tillskrivna aktörer sätts i ett analytiskt sammanhang framträder populism som ett begrepp som tydligt kopplas till vissa typer av aktörer. Studiens empiriska resultat visar (figur 5) att begreppet i huvudsak används för att gestalta politiska partier och politiska företrädare. Fördelningen indikerar därmed att populismbegreppet inte förekommer jämnt över olika samhällseliga grupper i materialet. Att populism i hög grad kopplas till etablerade politiska aktörer, snarare än till mer diffusa politiska idéer eller bredare samhällsgrupper, kan förstås som ett uttryck för hur begreppet används i journalistisk praktik. Resultaten pekar på att populism i detta material i mindre utsträckning används som ett generellt analytiskt begrepp för att beskriva övergripande politiska strukturer eller idéströmningar, och i större utsträckning fungerar som en etiketterande benämning kopplad till specifika aktörer. Detta ligger nära Mudde och Kaltwassers (2017) förståelse av populism som en så kallad "tunn ideologi", där begreppets innebörd i hög grad fylls genom de aktörer som tillskrivs det, snarare än genom ett sammanhållet idéinnehåll. På så vis formas populismbegreppets betydelse delvis genom vilka aktörer som associeras med det. Eftersom både March (2017) samt Mudde och Kaltwasser (2017) beskriver populism som en ideologiskt ofullständig företeelse, vars innebörd ofta formas genom kontext och tillskrivning, kan en återkommande koppling till specifika politiska aktörer bidra till att begreppet framstår som personbundet eller knutet till vissa grupper. I detta avseende visar resultaten hur journalistikens användning av populismbegreppet kan bidra till att avgränsa dess innebörd genom fokusering kring vissa enskilda aktörer. Ett ytterligare framträdande mönster i materialet är att populism i hög utsträckning tillskrivs internationella politiska aktörer, vilket innebär en tydlig geografisk förskjutning bort från den nationella kontexten (figur 5). Detta resultat ligger i linje med vad Mjelde och Hovden (2019) beskriver som en nordisk medietendens att i första hand gestalta populism som ett fenomen som förekommer utanför den egna politiska sfären. I studiens material tillskrivs nära hälften av begreppsanvändningen (49,3 procent) internationella aktörer, vilket förstärker detta mönster. Denna internationella betoning kan innebära att populism i journalistisk framställning i högre grad associeras med andra politiska system än det egna. En sådan inramning kan i sin tur påverka hur populism förstås i relation till den nationella politiska kontexten, genom att populistiska uttryck i inhemsk politik ges mindre uppmärksamhet. Vidare visar resultaten (figur 7) att populism främst tillskrivs manliga politiska aktörer, särskilt inom kategorin internationella företrädare och partier. Detta mönster kan delvis förstås genom den faktiska könsfördelningen bland framträdande politiska ledare, men även med hänsyn till mediologikens fokus på personifiering och dramaturgi. Andersson (2010) beskriver hur en kulturellt igenkännbar mediologik tenderar att premiera individer, konflikter och dramaturgi, vilket kan bidra till att populism i

journalistisk gestaltning knyts till tydliga och igenkännbara personer snarare än till kollektiva rörelser eller mer abstrakta grupper. Ur ett gestaltningsteoretiskt perspektiv innebär denna aktörsfokusering att vissa tolkningar av populism görs mer framträdande än andra. Enligt Shehata (2024) formas publikens förståelse genom vilka aktörer som lyfts fram och hur dessa ramas in. När populism återkommande kopplas till samma typer av aktörer kan alternativa uttryck för populism få begränsat utrymme i den journalistiska framställningen. På så vis bidrar mediernas val av tillskrivna aktörer inte enbart till att beskriva populism, utan även till att avgränsa vad som kan förstås som populistiskt inom den journalistiska ramen. Dock bör studiens resultat gällande vilka aktörer som tillskrivs begreppet populism förstås i ljuset av politikens framträdande roll i nyhetsrapporteringen. Resultatet speglar därmed också att politiska aktörer ges ett stort utrymme i journalistisk bevakning, vilket kan påverka vilka aktörer som associeras med begreppet populism i det analyserade materialet. Resultatet bör därmed tolkas med viss försiktighet. Men sammantaget bidrar detta till att besvara den första underfrågan i RQ2 genom att visa vilka aktörer som främst tillskrivs begreppet populism i studiens material.

### 7.3.2 b) Ideologisk inramning

Vid frågeställningen gällande den ideologiska inramningen av begreppet populism framträder ett par tydliga mönster. Dels framgår en markant skillnad mellan höger- och vänsterideologisk inramning, dels en ökad förekomst av icke-ideologisk användning när begreppet tillskrivs aktörer utan uttalad politisk tillhörighet. Sammantaget associeras begreppet genomgående med högerideologiska positioner, medan en ytterst liten andel kopplas till vänsterpopulism, vilket framgår i resultatredovisningen (figur 8 och figur 9). Dessa mönster säger inte enbart något om vilka ideologiska positioner de tillskrivna aktörerna har, utan även om hur journalistiken bidrar till att avgränsa och definiera begreppets ideologiska innebörd, det vill säga vilka konnotationer begreppet för med sig. Herkman och Jungar (2023) visar exempelvis att populism i en nordisk kontext ofta kopplas till en högerideologisk utgångspunkt. En möjlig förklaring är att ett ökat journalistiskt fokus har riktats mot högerpartier med populistiska drag i takt med att dessa fått större politiskt inflytande. Detta kan även bidra till att förklara den tydliga överrepresentationen av högerideologisk inramning i studiens material (figur 8 och figur 9). Samtidigt kan en återkommande överrepresentation av begreppet i relation till en specifik ideologisk riktning bidra till en snäv tolkningsram för populism, där vissa uttryck framstår som norm medan andra ges mindre utrymme. Som March (2017) påpekar förekommer populistiska uttryck längs hela vänster–höger-skalan. Holt et al. (2025) lyfter dessutom att populism kan förändras till sin form utan att nödvändigtvis förlora sina grundläggande värden och strukturer, vilket får betydelse för hur populism identifieras och benämns i journalistiken. Om populistiska uttryck blir mer etablerade eller indirekta kan detta påverka hur journalistiken tolkar och rapporterar om populism. Sammantaget pekar dessa resonemang på att den ideologiska inramningen av populism utgör en särskild utmaning i journalistisk praktik. Eftersom begreppet framstår som kontextberoende, försvårar detta en entydig ideologisk placering. Detta kan bidra till att förklara varför populism i högre utsträckning används i en icke-ideologisk eller allmän bemärkelse när begreppet tillskrivs mer diffust definierade aktörer, där explicita ideologiska positioner ofta saknas. Sammanfattningsvis bidrar detta till att besvara den andra underfrågan i RQ2 genom att visa vilka ideologiska inramningar som förekommer i användningen av begreppet populism i det analyserade materialet.

## 7.4 RQ3 Skillnader och likheter mellan DN och SvD

Vid en samlad jämförelse mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet synliggörs en övergripande likhet i hur begreppet populism kontextualiseras och gestaltas journalistiskt, men även vissa tydliga skillnader i hur begreppet integreras i den löpande rapporteringen. I den jämförande resultatredovisningen (figur 10) framgår det att både SvD och DN i drygt hälften av fallen tillskriver internationella aktörer populism. En annan gemensam tendens är att begreppet mycket sällan inramas som vänsterideologiskt, med 4,1 procent i SvD och 5,2 procent i DN. Dessa likheter kan indikera en relativt gemensam journalistisk tolkningsram kring populism i båda tidningarna. När både DN och SvD i hög utsträckning kopplar populism till internationella aktörer och samtidigt i mycket begränsad omfattning använder begreppet för att beskriva vänsterorienterade positioner, bidrar detta till en samstämmig förståelse av vad populism anses vara och var den anses förekomma. En sådan samordning i begreppsanvändning kan signalera att populismbegreppet i de undersökta tidningarna fungerar som ett delat referensbegrepp, där vissa ideologiska och geografiska associationer har blivit etablerade oavsett redaktionell tillhörighet. Utöver dessa likheter framträder även utmärkande skillnader i hur DN och SvD tillskriver och placerar populismbegreppet. Dagens Nyheter tenderar i högre grad att använda begreppet i en svensk kontext och integrerar det oftare i den egna journalistiska formuleringen (figur 10 och figur 11). Detta kan förstås som en mer aktiv redaktionell användning av begreppet i den journalistiska tolkningen av politiska fenomen, där begrepp används för att strukturera rapporteringen snarare än enbart återge aktörers utsagor (Thornborrow et al., 2021; Tóth et al., 2024). Svenska Dagbladet uppvisar i jämförelse en större benägenhet att använda populism i mer allmänna eller diffusa sammanhang, exempelvis i relation till civilsamhället eller bredare samhällsfenomen, vilket kan bidra till en mindre entydig positionering av begreppet. Samtidigt framstår SvD som mer återhållsam i den egna begreppsanvändningen, då begreppet oftare förmedlas genom externa röster än genom journalistens egen formulering. Avslutningsvis framträder en skillnad i hur begreppet ideologiskt preciseras, där DN i högre grad inramar populism som högerorienterat (figur 12), medan SvD oftare lämnar dess ideologiska tillhörighet mer obestämd. På ett övergripande plan kan detta förstås som skillnader i redaktionella förhållningssätt till begreppsanvändning och analytisk tydlighet. Detta bidrar sammantaget till att besvara RQ3 genom att synliggöra både likheter och skillnader mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet i hur begreppet populism kontextualiseras och gestaltas i det analyserade materialet.

## 7.5 Sammanställd slutsats

Den samlade slutsatsen av denna studie är att begreppet populism framträder med en förhållandevis samstämmig journalistisk användning, åtminstone avseende vissa aspekter. En signifikant slutsats är att begreppet i huvudsak introduceras genom journalistikens eget språkbruk. Begreppet knyts oftast till politiska aktörer, snarare än att politiker själva etiketterar varandra med begreppet. Experter eller sakkunniga tenderar inte heller att introducera begreppet i någon hög utsträckning. Visserligen är det journalister som producerar överlägset mest journalistiskt innehåll, men samtidigt indikerar det att begreppet i praktiken fungerar som en vedertagen gestaltning, där journalistiken inte enbart återger politiska positioner utan även bidrar till att strukturera hur dessa förstås med hjälp av begreppet. Därmed blir en ytterligare slutsats att journalistiken inte endast återger vad andra aktörer anser vara populistiska fenomen, utan också aktivt deltar i att etikettera och skapa mening kring begreppet. Studien visar vidare att populism vanligtvis kopplas till internationella, manliga och högerorienterade politiska aktörer. Detta väcker frågor om vilka uttryck för populism som riskerar att hamna utanför mediernas uppmärksamhet och hur journalistiska urval påverkar den offentliga förståelsen av populistiska positioner. Men samtidigt förekommer begreppet även i mer allmänna och icke-ideologiska sammanhang. Denna dubbelhet pekar mot att populism å ena sidan är tydligt ideologiskt sammankopplat med vissa värderingar, å andra sidan fungerar som ett mer dynamiskt och ibland otydligt

begrepp utan närmare ideologisk förankring. En sådan användning kan riskera att försvaga begreppets analytiska precision och bidra till begreppslig urvattning, vilket i sin tur kan skapa oklarhet i den offentliga debatten kring vad som faktiskt avses med populism. Om vad populism är och var den anses finnas. Sammantaget framstår populism inte enbart som ett begrepp som används med konsekvens, utan också som ett flexibelt journalistiskt verktyg vars innebörd kontextualiseras och gestaltas genom journalistiska ideal, redaktionella normer och medielogik. Resultaten visar därmed främst hur Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet kontextualiserar och gestaltar begreppet populism under den studerade perioden. Andra medier kan präglas av andra redaktionella praktiker, vilket innebär att resultaten inte utan vidare kan generaliseras till svensk nyhetsjournalistik i stort. Men på ett övergripande plan väcker dessa slutsatser frågor om vad som sker när politiska begrepp rör sig från akademiska sammanhang in i journalistisk praktik. Mot bakgrund av denna studie kan populism dock förstås som ett etablerat, dynamiskt, situationsbundet och mångtydigt begrepp, vars innebörd i hög grad formas genom journalistiska val snarare än genom fasta teoretiska definitioner.

## 7.6 Reflektion och förslag på vidare forskning

Avslutningsvis finns det anledning att reflektera över studiens metodologiska val samt de frågor som har väckts under arbetets gång. Den kvantitativa innehållsanalysen har möjliggjort en systematisk och jämförbar kartläggning av hur begreppet populism används inom svensk nyhetsjournalistik, vilket har varit en tydlig styrka i relation till studiens syfte. Genom analysen av ett relativt stort material över flera år, har det varit möjligt att identifiera övergripande mönster i kontextualisering, aktörstillskrivning och ideologisk inramning utan att enskilda texter eller tillfälliga händelser fått oproportionerligt stort genomslag. En viktig observation är dock studiens begränsade generaliserbarhet i och med urvalet av endast två tidningar. Även om detta gav god inblick i två etablerade svenska dagstidningar, är det möjligt att begreppsanvändningen skiljer sig inom andra medietyper eller tidningar med annan ideologisk bundenhet. En annan aspekt som bör tilläggas var valet kring metodologiskt genomförande, vilket innefattade flera väsentliga begränsningar som behöver uppmärksammas. Framförallt fångade inte denna studies metodologiska tillvägagångssätt populismens alla uttrycksformer. Det vill säga vad som uttryckligen *är* populism, men där det enskilda begreppet inte förekommer. Detta medförde en tydlig empirisk begränsning, däremot går det samtidigt att argumentera för att den kvantitativa analysens evidens således blev mer analytiskt skarp. Eftersom studien enbart tog hänsyn till begreppet, kunde eventuella analys- och tolkningsbristfälligheter minimeras. En annan metodologisk reflektion rör att studiens kodschema inte operationaliserade populism i fråga om nyanser i tonläge, mer detaljerade aktörskategorier eller närmare politisk tillhörighet. En sådan fördjupning hade kunnat vara särskilt intressant vid en mer omfattande analys av populism som begrepp, eller gällande andra liknande språkliga etiketter och uttryck som används i journalistisk rapportering. Även skillnaderna mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet belyser ett behov av vidare forskning, där jämförelser mellan fler medietyper, såsom public service, kvällspress eller andra nyhetsplattformar, skulle kunna bidra till ett bredare kunskapsfält. Till exempel om ett liknande mönster återkommer eller om begreppsanvändningen varierar desto mer. Jämförelser med internationella medier skulle även på ett liknande sätt kunna bidra till ett ökat kunskapsfält kring hur populism framträder och kontextualiseras inom olika geografiska medielandskap. Sammantaget finns det skäl att peka på behovet av forskning som inkluderar populistiskt innehåll även när begreppet i sig inte explicit förekommer, och där framtida studier förslagsvis även kan operationalisera hur populism laddas, värderas och kopplas till mer avgränsade aktörstyper samt mer preciserade ideologiska positioner. I detta avseende finns det förmodligen ett behov av kombinerade metodansatser, där kvantitativa kartläggningar kan kompletteras med kvalitativa analyser för att ytterligare fördjupa kunskapen om populism i mediala sammanhang. Mot denna avslutning och reflektion blir det tydligt att föreliggande uppsats

åskådliggör i första hand hur populism fungerar som ett journalistiskt begrepp, medan populism som fenomen och i uttrycksform ligger på framtida forskning att belysa.

## 8 Referenslista

- Aalberg, T., Strömbäck, J., & de Vreese, C. H. (2012). *Populist political communication in Europe*. Routledge.
- Andersson, C. (2009). *Populism*. SNS Förlag.
- Andersson, C. (2010). Populism och journalistik – stadigt sällskap eller tillfällig bekantskap? *Statsvetenskaplig tidskrift*, 112(3), 271–287.  
<https://journals.lub.lu.se/st/article/view/8219/7355>
- Baden, C. (2019). Framing the news. I K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Red.), *The handbook of journalism studies* (2nd ed.). Taylor & Francis.
- Berti, C., Capdevila, A., & Moragas-Fernández, C. M. (2023). *What is populism anyway? Newspaper representations of populism in Spain and Italy between emptiness and political partisanship*. *Journalism*, 25(5), 1220–1238.  
<https://doi.org/10.1177/14648849231225309>
- Bobba, G., Mancosu, M., Nai, A., Seddone, A., & Vegetti, F. (2024). *Investigating media populism worldwide*. *Journalism Studies*, 25(—), 1–20.  
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2415423>
- Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder* (3:e uppl.). Liber.
- de Saussure, F. (2011). *Course in general linguistics* (P. Meisel & H. Saussy, Red.). Columbia University Press. (Originalverk publicerat 1916)
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harper & Row.
- Herkman, J., & Jungar, A. C. (2021). *Populism and media and communication studies in the Nordic countries*. In E. Skogerbø, Ø. Ihlen, N. N. Kristensen, & L. Nord (Eds.), *Power, communication, and politics in the Nordic countries* (pp. 241–261). Gothenburg: Nordicom, University of Gothenburg. <https://doi.org/10.48335/9789188855299-12>
- Holt, V. E., Bolin, N., & Wadbring, I. (2025). *Resilient populism? The Sweden Democrats' discourse in parliament, 2010–2024*. *International Journal of Public Leadership*. [10.1108/IJPL-01-2025-0011](https://doi.org/10.1108/IJPL-01-2025-0011)
- Krämer, B. (2014). Media populism: A conceptual clarification and some theses on its effects. *Communication Theory*, 24(1), 42–60. <https://doi.org/10.1111/comt.12029>
- Lag (2003:460) om etikprövning av forskning som avser människor. (2003). *Svensk författningssamling*.
- Mao, Y. (2017). *Intercoder reliability techniques: Holsti method*. I M. Allen (Red.), *The Sage encyclopedia of communication research methods* (Vol. 2, s. 741–743). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781483381411.n258>

- March, L. (2017). Left and right populism compared: Theoretical perspectives and contemporary politics. I C. R. Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa Espejo & P. Ostiguy (Red.), *The Oxford handbook of populism* (s. 281–300). Oxford University Press.
- Mazzoleni, G. (2008). Populism and the media. I D. Albertazzi & D. McDonnell (Red.), *Twenty-first century populism*. Palgrave Macmillan.  
[https://doi.org/10.1057/9780230592100\\_4](https://doi.org/10.1057/9780230592100_4)
- Mediemyndigheten. (2024). *Medieekonomi 2024*.  
<https://mediemyndigheten.se/globalassets/rapporter-och-analyser/medieutveckling/medieekonomi/medieekonomi-2024.pdf>
- Mjelde, H., & Hovden, J. F. (2019). *Populism in Scandinavian immigration discourse 1970–2016*. *International Journal of Communication* 13(2019), 5483–5504.
- Mudde, C. (2004). *The populist zeitgeist*. *Government and Opposition*, 39(4), 541–563.  
<https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>
- Mudde, Cas & Cistobal Rovira Kaltwasser (2017) *Populism: A Very Short Introduction* New York: Oxford University Press
- Nationalencyklopedin. (u.å.). *Populism*. Hämtad 17 december 2025, från <https://www.ne.se>
- Nygren, G., Wadbring, I., Allern, S., Andersson, U., Appelgren, E., Bergström, A., Harvard, J., Hedman, U., Holt, K., Jangdal, L., Karlsson, M., von Krogh, T., Leckner, S., Lindblom, T., Lithner, A., Nord, L., Ots, M., & Tenor, C. (2019). *På väg mot medievärlden 2030 – journalistikens villkor och utmaningar* (6:e uppl.). Studentlitteratur.
- Ocast. (u.å.). *Topplista: Nyhetstidningar*. Hämtad 17 december 2025 från <https://ocast.com/se/toplists/nyhetstidningar>
- Shehata, A. (2024). Journalistikens dagordningar och gestaltningar. I M. Karlsson & J. Strömbäck (Red.), *Handbok i journalistikforskning* (3:e uppl.). Studentlitteratur.
- Strömbäck, J. (2009). *Makt, medier och samhälle: En introduktion till politisk kommunikation*. SNS Förlag.
- Svenska Akademien. (2015). *Svensk ordbok*. <https://svenska.se>
- Svenska Akademien. (2021). *Svensk ordbok*. <https://svenska.se>
- Thornborrow, J., Ekström, M., & Patrona, M. (2021). Discursive constructions of populism in opinion-based journalism: A comparative European study. *Discourse, Context & Media*, 41, 100542. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2021.100542>
- Tóth, T., Demeter, M., Szabó, L. P., & Török, B. (2024). Populist cues in media framing: Exploring how populism by the media emerges in Western news coverage of protests. *KOME: An International Journal of Pure Communication Inquiry*, 12(1), 1–21.  
<https://doi.org/10.5771/2192-4007-2024-1-1>
- Vetenskapsrådet. (2024). *God forskningssed*. Vetenskapsrådet. <https://www.vr.se>

von Sikorski, C., & Matthes, J. (2020). Framing and journalism. In *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford University Press.  
<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.817>

## Bilaga 1: Kodmanual

Variabel	Kodning	Definition	Kodningsregler	Exempel	Gränsdragningar/fotnot
Kodare	1 = Isak 2 = Rickard	Detta anger vem som kodat.	Kodaren anger alltid sin egen kod.	Kodad av Rickard = 2	Inga undantag. Alltid egen kod.
ID-nummer	001,002,003 osv.	Anger vilken artikel som kodats. Löpande nummer för artiklarna genom hela samplen.	Vid dubletter, annonser, spel och annan reklam väljs nästkommande artikel enligt urvalsprocessen. Numrera den nästkommande artikeln istället.	Fjortonde artikeln = 014	Om en artikel väljs bort beräknas nästa urvalsintervall fortfarande utifrån den bortvalda artikeln.
Tidning	"DN" eller "SvD"	Vilken tidning texten är publicerad i.	Koda från vilken tidning valda artikeln är hämtad.	"Dagens Nyheter" = DN	Inga undantag.
Datum	DD-MM-ÅÅÅÅ	Datumet texten publicerades.	DD-MM-ÅÅÅÅ	03-03-2021 (Tredje mars 2021)	Datumet texten först är publicerad som skrivs alltid. Ej om publiceringsdatum.
Texttyp	1 = Nyhetsartikel 2 = Ledare 3 = Debatt/insändare 4 = Krönika 5 = Kultur	Anger vad för typ av text. Artikel, ledare, krönika etc.	Följ tidningens egen kategorisering.	När texten rubriceras eller när artikeln grafiskt framkommer som exempelvis en Krönika = 4	Om tidningen inte anger någon kategori eller det framkommer grafiskt, kudas texten som nyhetsartikel = 1
Avsändare	1 = Journalist 2 = Politiker 3 = Expert 4 = Annan/ej identifierbar	Detta anger vem som använder begreppet. Om ordet används av skribenten eller om det citeras.	Citat kudas efter den som talar. Rundgång via journalist kudas efter citerad person.	"I sitt tal kallade Magdalena Andersson motståndarnas förslag för billig populism" = 2	Om skribenten sammanfattar någon annans uttalande utan att direkt citera, kudas den ursprungliga aktören som uttalar sig.

Mottagare	1 = Svenska partier/företrädare 2 = Internationella partier/företrädare 3 = Rörelse/organisation 4 = Medieaktör/Opinionsbildare 5 = Civilsamhället/folket	Denna variabel anger vem eller vad som begreppet populism tillskrivs.	Den aktör som tydligast och uttryckligen nämns i samband med begreppet, antingen i citat eller i journalistens egen formulering.	"Statsministern varnade för att Viktor Orbán är en populist" = 2	Om flera aktörer nämns i samma mening, kodas den som tydligast kopplas till själva *populis*-ordet.
Ideologisk inriktning	1 = Högerpopulism 2 = Vänsterpopulism 3 = Icke-ideologisk/allmän	Detta anger vilken typ av ideologisk inriktning som begreppet riktar sig till.	När skribenten eller citerad person åsyftar främst på en vedertagen och karaktäristisk höger/vänster-ideologi, om varken eller kodas istället icke-ideologiskt.	"Bernie Sanders anklagas ibland för vänsterpopulistisk retorik" = 2	Om både höger- och vänsterpopulism nämns i samma text, koda den som är mest framträdande, annars kodas 3.
Kön	1 = Man, Män 2 = Kvinna, Kvinnor 3 = Ej identifierbart/båda könen	Denna variabel syftar till att koda om begreppet tillskrivs en man eller kvinna.	Kodas endast när individ eller en enhetlig könad grupp anges.	"Journalisten beskriver partiets förslag som ett populistiskt försök att vinna stöd bland missnöjda väljare" = 3.	Kodas 1 eller 2 endast när en specifik namngiven individ eller en tydligt könad grupp anges, annars kodas det som 3.

## Bilaga 2

Bilaga 2. Illustration av systematiskt urval i Dagens Nyheter

Totalpopulation (DN)	<i>Enligt systematiskt urval</i>
<b>1</b>	<b>Ja</b>
2	Nej
3	Nej
4	Nej
5	Nej
6	Nej
7	Nej
<b>8</b>	<b>Ja</b>
9	Nej
10	Nej
11	Nej
12	Nej
13	Nej
14	Nej
<b>15</b>	<b>Ja</b>
16	Nej
17	Nej
18	Nej
19	Nej
20	Nej

21	Nej
22	<b>Ja</b>

Bilaga 2 illustrerar principen för den systematiska processen som tillämpades vid urvalet av artiklar från Dagens Nyheter. Totalpopulationen avser löpande ordnade träffar i databasen. Urvalet genomfördes genom att välja var sjunde analysenhet, vilket motsvarar det beräknade urvalsintervallet för tidningen. Urvalsprocessen fortsatte systematiskt enligt detta intervall genom hela materialet.

### Bilaga 3

Bilaga 3. Illustration av systematiskt urval i Svenska Dagbladet

Totalpopulation (SvD)	<i>Enligt systematiskt urval</i>
<b>1</b>	<b>Ja</b>
2	Nej
3	Nej
4	Nej
<b>5</b>	<b>Ja</b>
6	Nej
7	Nej
8	Nej
9	Nej
<b>10</b>	<b>Ja</b>
11	Nej
12	Nej
13	Nej
<b>14</b>	<b>Ja</b>
15	Nej
16	Nej
17	Nej
18	Nej
<b>19</b>	<b>Ja</b>
20	Nej

Bilaga 3 illustrerar principen för den systematiska processen som tillämpades vid urvalet av artiklar från Svenska Dagbladet. Totalpopulationen avser löpande ordnade träffar i databasen. Urvalet genomfördes genom ett växlande intervall om var fjärde respektive var femte analysenhet, vilket i genomsnitt motsvarar ett urvalsintervall om 4,5. Urvalet fortsatte systematiskt enligt detta repeterande mönster genom hela materialet.

